



L'intervista
Francesco Pugliese
«Leadership del carrello,
è l'obiettivo di Conad»
5



Credito
Bper verso la spa
tra gruppo Unipol
e soci istituzionali
7



Pianeta lavoro
Part time agevolato
Cazzola: «Servirà
alle grandi imprese»
9

CORRIEREIMPRESE

EMILIA-ROMAGNA

UOMINI, AZIENDE, TERRITORI

L'analisi

Referendum,
la vera partita
si apre ora

di Massimo Degli Esposti

Passata la tempesta referendaria, bisogna chiedersi cosa i marosi abbiano «lasciato sulla spiaggia». Soprattutto sulla costa romagnola, dove la bufera si è abbattuta con particolare violenza per la concentrazione in quell'area dell'attività estrattiva off shore e la presenza dell'industria dell'Oil&gas. L'esito del referendum salva i pozzi già attivi entro le 12 miglia, garantendo qualche anno in più di lavoro a un centinaio di aziende e ai loro 6.500 addetti. Ma se alziamo lo sguardo e rileggiamo il dibattito di questi mesi in chiave di strategia energetica nazionale, non possiamo non renderci conto che il futuro dell'industria italiana degli idrocarburi si è fatto più incerto. Innanzi tutto, con gli emendamenti alla legge di Stabilità che hanno disinnescato cinque dei sei quesiti referendari, è stato demolito l'impianto normativo dei decreti Salva Italia e Sblocca Italia che mirava a rilanciare lo sfruttamento delle riserve nazionali. Il divieto alle nuove trivellazioni entro le 12 miglia, per esempio, cancella decine di concessioni già assegnate che avrebbero generato alcuni miliardi di investimenti, qualche migliaio di posti di lavoro e miglioramento di qualche punto la nostra indipendenza energetica. Altri investimenti sono andati in fumo con la fuga di operatori stranieri spaventati dall'incertezza. Nei duelli polemici che hanno preceduto il referendum, poi, l'opinione pubblica è stata bombardata di messaggi che certamente non migliorano l'immagine del settore in sé, e di qualche altra attività collegata.

continua a pagina 15

Primo piano



Valore
L'anno scorso le vendite della regione all'estero sono aumentate del 4,4%, contro una media nazionale del +3,8%

L'export dei miracoli

L'Emilia-Romagna fa un nuovo record (55,3 miliardi) di vendite all'estero
Siamo i primi per valore di esportazioni pro capite e i terzi assoluti. Meccanica, piastrelle, alimentare e chimica i settori più dinamici. Prometeia: «Cambiando mercati si può fare di più». Torna il sogno americano e Del Conca investe 300 milioni di dollari in Tennessee

L'intervento

Monitoraggio costante
e risposte differenziate
per il disagio abitativo

di Elena Molignoni
e Gianluigi Chiaro

La questione abitativa in Italia ha riguardato da sempre due distinte aree di disagio. La prima è costituita da quanti si trovano in una condizione di emergenza abitativa assoluta. È questa una componente per così dire «strutturale», che necessita di abitazioni a basso costo che devono essere garantite attraverso il rafforzamento dell'offerta di edilizia residenziale

pubblica o, addirittura, di strutture «a bassa soglia» nei casi più estremi.
La seconda area di disagio, che alcuni analisti definiscono «area grigia», comprende, invece, persone in difficoltà abitativa moderata o «marginale», che dall'inizio degli anni 2000 e, soprattutto, in seguito allo scoppio della crisi economica, pur disponendo di un reddito o di una pensione, non sono risultate in grado di confrontarsi con le condizioni di mercato dell'abitare. Si tratta perlopiù di famiglie mono-reddito, lavoratori precari, famiglie mono genitoriali, giovani coppie e anziani.

continua a pagina 15

Avviso

Cari lettori,
lunedì 2
maggio
Corriere
Imprese non
sarà edicola.
L'uscita però è
solo spostata
di un giorno: lo
potrete infatti
trovare dal
vostro edicolante
martedì 3
maggio
sempre in
allegato con il
Corriere della
Sera

25
in viaggio con
DOVE
1991-2016

CERCHI IDEE PER LE VACANZE?
ECCO LE MIGLIORI!

140
CORRIERE DELLA SERA

GRANDE CONCORSO!
Vinci Cuba
Sardegna
e Sicilia**

NUMERO SPECIALE
in edicola dal 12 aprile
a € 4,90*

I premi in palio sono offerti da I Grandi Viaggi.

Dove e Corriere della Sera presentano uno speciale dedicato alle vacanze estive. L'estate arriva solo una volta all'anno: organizzala al meglio! Sullo speciale Dove Vacanze trovi tantissime grandi idee per le vacanze estive 2016: Mare, montagna, mete esotiche, viaggi on the road, cammini spirituali, itinerari enogastronomici e molto altro ancora. Proposte, attività e consigli per tutti i tipi di viaggiatori, dalle famiglie alle coppie, da chi cerca il relax a chi ama lo sport e l'avventura. E in più, il divertente concorso **Idovepartidove** per vincere un fantastico viaggio a Cuba, in Sardegna o in Sicilia: scopri tutti i dettagli all'interno di Dove Vacanze!

DOVE
CORRIERE DELLA SERA
La libertà delle idee

PRIMO PIANO

Prometeia: cambiando il mix dei Paesi di sbocco l'export potrebbe aumentare ancora. Pesano dimensioni e scarsa digitalizzazione

Campioni di Made in Italy Ma la via Emilia può dare di più

Chi sono



● **Alessandra Lanza**, responsabile della Practice Strategie Industriali e Territoriali di Prometeia

● **Gino Cocchi**, coordinatore della Commissione internazionalizzazione di Confindustria Emilia-Romagna

di **Massimo Degli Esposti**

Siamo la terza regione esportatrice in Italia dopo Lombardia e Veneto, ma la prima assoluta in rapporto al numero di abitanti e al numero di imprese. Nel 2015 abbiamo esportato beni per 55,3 miliardi, vale a dire 12.430 euro per abitante, contribuendo per il 13,4% al totale delle vendite italiane nel mondo, pur rappresentando «soltanto» il 7,8% del sistema produttivo italiano. L'anno scorso siamo cresciuti all'estero del 4,4%, contro una media nazionale del +3,8%. Tutte le province della regione hanno abbondantemente superato i livelli 2007, con Bologna, Modena e Reggio Emilia, che da sole coprono oltre il 60% del totale, a +15%, mentre Piacenza è addirittura a +67% e Parma a +44,8%.

Graduatoria

Siamo terzi dopo Lombardia e Veneto, ma primi in rapporto ad abitanti e imprese

L'Emilia-Romagna, insomma, è il campione del made in Italy sui mercati globali. Un'eccellenza assoluta nei materiali da costruzione, grazie alle piastrelle ceramiche di Sassuolo, sul podio anche nella meccanica, nei mezzi di trasporto, nell'agroalimentare e perfino nella chimica-farmaceutica. Eppure ci basterebbe pochissimo per mettere a segno performance ancora migliori. Cambiando il mix dei mercati di sbocco per intercettare quelli a più rapido sviluppo, infatti, potremmo aumentare del 22% l'export del settore meccanico (in valore significherebbero oltre 2 miliardi) e del 12% quello dell'agroalimentare (1,1 miliardi in più). È la conclusione a cui giunge uno studio di Prometeia incrociando dati e caratteristiche strutturali dell'export emiliano-romagnolo con le previsioni sui fondamentali dell'economia mondiale da qui al 2018. «Non si tratta di andare a caccia di mercati esotici in paesi poco o nulla conosciuti — spiega la curatrice **Alessandra Lanza** incontrando la Commissione internazionalizzazione di Confindustria Emilia-Romagna — ma di rifocalizzare l'attenzione su mercati alla nostra portata come Stati Uniti, Polonia, Ca-

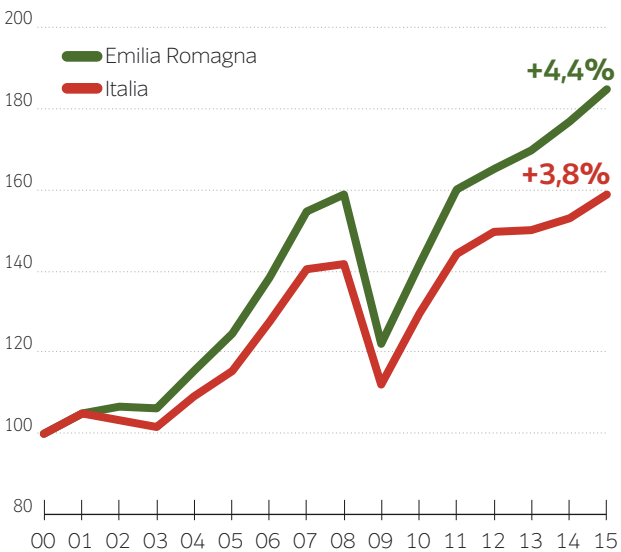
Il panorama

I numeri confortanti per l'export regionale

€ Valore export 2015 **55,3 miliardi** 🇮🇹 % su totale Italia **13,4%** 🌐 Export su produzione **16,1%**

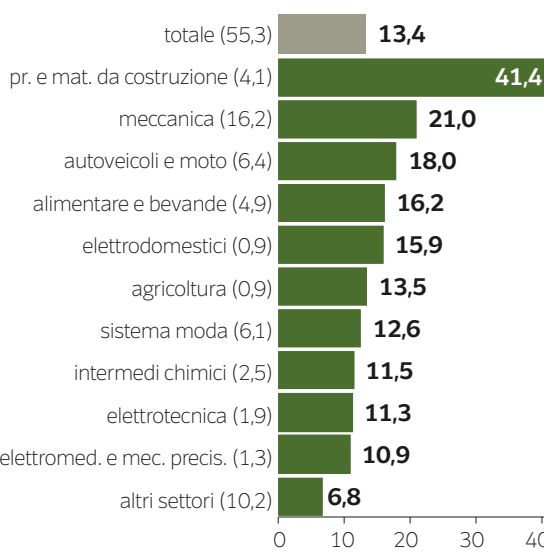
Evoluzione delle esportazioni in valore

Indice 2000=100



Quota Emilia Romagna per settore nel 2015

Miliardi (tra parentesi) e % su totale Italia



Nel 2015 la specializzazione ha premiato

Settore	1° posto	quota % su tot Italia 2015	var% media annua 2011-14	2° posto	quota % su tot Italia 2015	var% media annua 2011-14	3° posto	quota % su tot Italia 2015	var% media annua 2011-14
Meccanica	Lombardia	30,3	4,0	Emilia Romagna	21,0	5,8	Veneto	14,8	5,7
Autoveicoli e moto	Piemonte	29,7	8,6	Emilia Romagna	18,0	9,1	Lombardia	17,3	7,0
Alimentare e bevande	Lombardia	17,3	4,6	Veneto	16,6	9,6	Emilia Romagna	16,2	6,4
Pr. e mat. da costruzione	Emilia Romagna	41,4	3,7	Veneto	16,5	5,0	Lombardia	12,4	2,1
Intermedi chimici	Lombardia	40,9	3,9	Emilia Romagna	11,5	2,7	Piemonte	10,1	3,3
Elettrotecnica	Lombardia	35,3	2,5	Veneto	18,3	3,9	Emilia Romagna	11,3	2,4
Prodotti in metallo	Lombardia	40,4	2,2	Veneto	17,7	3,4	Emilia Romagna	10,4	3,9

Fonte: elaborazioni Prometeia su dati ISTAT

centimetri

nada, Spagna, Germania. Nei prossimi anni saranno loro a trainare grazie alle riforme strutturali già realizzate, alla stabilità politica, alla bassa dipendenza dai prezzi delle materie prime». Instabilità geopolitica, crisi petrolifera e riposizionamento strategico della Cina, invece, sono i fattori che prolungheranno l'eclissi dei paesi che avevano tirato di più negli anni scorsi. «Ci eravamo abituati a considerare Russia, Brasile, Sudafrica e Cina paesi già emersi, mentre ci accorgiamo oggi che sono ancora emergenti, cioè soggetti alle classiche

fluttuazioni cicliche. Si riprenderanno, ma non nel breve termine. Con l'eccezione dell'India e dell'Iran, non sono queste le aree su cui puntare».

Resta da vedere se le nostre



Lanza
Stati Uniti, Polonia, Canada, Spagna, Germania: nei prossimi anni saranno loro a trainare l'economia mondiale

imprese saranno in grado di capovolgere in fretta le proprie strategie commerciali, saltando al volo dai vagoni che rallentano a quelli che accelerano. Alessandra Lanza vede all'orizzonte alcune criticità. Due su tutte: l'inadeguatezza dimensionale e l'ancor scarsa digitalizzazione. Sottoscrive il coordinatore della Commissione internazionalizzazione di Confindustria regionale **Gino Cocchi**: «Le imprese esportatrici in Emilia-Romagna sono 23.601, ma solo il 30% sono esportatrici abituali. Le prime 170 da sole fanno oltre il 50% del totale re-

gionale, le prime 10 il 14%. Quelle con più di 250 addetti coprono il 45% dell'export, quelle con meno di 10 dipendenti, che sono il 40%, solo il 5%. È evidente che un sistema produttivo con queste caratteristiche non può esprimere tutto il suo potenziale». Secondo Cocchi non aiutano l'inefficienza complessiva del sistema paese, lo scarso supporto delle istituzioni, ma soprattutto le ridotte dimensioni medie delle imprese: «Le reti d'impresa non hanno dato i frutti sperati, e le filiere stentano a coordinarsi per seguire all'estero le capofila. Ci vorrebbero incentivi fiscali e normativi per favorire le aggregazioni vere, fatte di fusioni e acquisizioni». Tanto più se, come fa notare Alessandra Lanza, «si tratta di raccogliere la sfida di una rivoluzione come quella dell'e-commerce, che riordina l'interscambio mondiale per



Cocchi

Bisogna raccogliere la sfida dell'e-commerce che riordina l'interscambio mondiale per macroaree

macroaree anziché per le tradizionali triangolazioni». Le modalità di acquisto on line, spiega infatti la ricercatrice, disintermediano il rapporto fra produttore e consumatore. «Il consumatore si aspetta di ricevere il prodotto acquistato nel giro di pochi giorni e questo non è possibile se le merci devono viaggiare da un continente all'altro.

Produzione e mercati devono coincidere e ciò richiede l'internazionalizzazione strutturale delle imprese». In altre parole, bisogna produrre in più parti del mondo, come fanno le multinazionali. Una missione impossibile per le piccole imprese. In uno scenario dominato dall'on line, poi, diventa cruciale il ruolo dei grandi portali di e-commerce. «Quello che ci manca — prosegue Lanza — è una Amazon o una Alibaba del made in Italy. L'abbiamo nella moda, proprio qui a Bologna con Yoox Net-A-Porter, ma sarebbe il caso che il governo si ponesse l'obiettivo di promuovere altri in settori simili come l'agroalimentare e il design».

Analisi K&L Gates: 7 imprenditori su 10 sognano l'**America**

I punti forti: economia solida, fiscalità trasparente e tassazione vantaggiosa

Chi sono



● **Arturo Meglio**, partner di K&L Gates esperto in ambito societario



● **Vittorio Salvadori** di Wiesenhoff, partner della sede milanese di K&L Gates e responsabile del dipartimento di diritto tributario

Gli imprenditori emiliano-romagnoli tornano ad accarezzare il grande sogno americano. Complici il boom di esportazioni oltreoceano registrato l'anno scorso, una ripresa più brillante di quella europea, l'appannamento delle alternative cavalcate nell'ultimo decennio come i Paesi emergenti, una politica di incentivi per il rimpatrio dell'attività manifatturiera, e anche, perché no, l'effetto traino delle gesta americane di Sergio Marchionne.

Lo conferma uno studio di K&L Gates Legal Observatory, l'osservatorio della sede di Milano dello studio internazionale K&L Gates, su un campione di 50 imprese bolognesi. Il 74% delle quali ritiene che il mercato statunitense sia il migliore su cui investire. Le motivazioni principali sono un'economia in continua espansione (60%), un sistema fiscale certo e trasparente (53%) e una tassazione vantaggiosa (48%). Chi non ha investito, o esita a farlo, è preoccupato invece della burocrazia (64%), della scarsa conoscenza

del sistema legale (61%) e dell'incertezza sulla ripresa economica globale (58%). Aspirazioni e dubbi raccontati nell'indagine promossa in preparazione al convegno del 28 aprile «Investire in Usa: crescita e opportunità per le imprese», organizzato dall'American Chamber of Commerce in Italy e K&L Gates in collaborazione con Bper e Confindustria Emilia-Romagna.

Nonostante molti degli interpellati non abbiano mai investito negli Usa (64%), ben il 7 su 10 hanno valutato la possibilità di farlo in futuro. Ad incoraggiarli sono il mercato maturo e solido di 320 milioni di consumatori (61%), un sistema fiscale trasparente che non ammette «furbetti» (56%) e una tassazione vantaggiosa per le aziende straniere (52%). Attenzione, però, ammonisce **Vittorio Salvadori** di Wiesenhoff,

Denaro

Secondo la Farnesina, l'Italia nel 2014 ha fatto affluire in Usa 2,8 miliardi di euro (+50%)

partner di K&L Gates a Milano e responsabile del dipartimento di diritto tributario: «Il primo ostacolo è confrontarsi con un sistema fiscale diverso. Occorre, da un lato, valutare quale sia la tipologia societaria più adatta e dall'altro, scegliere lo Stato dove costituire la società. Le problematiche maggiori sono di carattere conoscitivo: il suggerimento è di non andare allo sbaraglio».

Se Olanda, Giappone e Svizzera sono i primi tre paesi investitori negli Usa con rispettivamente 29,3 miliardi, 25,4 miliardi e 17,7 miliardi, l'Italia nel 2014 è cresciuta del 50%, investendo 2,8 miliardi contro 1,5 del 2013. Il sondaggio, però, evidenzia anche i timori degli imprenditori nell'approccio al mercato americano: le questioni burocratiche (75%), la scarsa conoscenza della tutela legale (65%), la lenta ripresa economica (52%), le difficoltà a creare una rete di vendita capillare ed efficace su un territorio così vasto (42%) e la mancanza di banche italiane su cui fare affidamento (36%). Criticità controbilanciate da un grande potere d'acquisto delle famiglie statunitensi (69%), dall'affinità di gusti e tendenze e in particolare dall'apprezzamento per il made in Italy, (49%). **Arturo Meglio**, esperto in ambito societario, parla di «un sistema molto competitivo che può offrire tante opportunità, ma anche delle difficoltà oggettive, come le dimensioni notevoli,

Stati attrattivi

Per i capitali italiani sono New York, California, Carolina del Nord e del Sud

Come la pensano gli imprenditori

Sondaggio sull'appetibilità degli investimenti diretti in Usa fra 50 imprese bolognesi



I pro

- Alto potere d'acquisto dei consumatori 69%
- Economia solida 60%
- Sistema fiscale trasparente 53%
- Tassazione vantaggiosa 48%
- Affinità di gusti e apprezzamento per il made in Italy 49%



I contro

- Difficoltà burocratiche 75%
- Scarsa conoscenza delle tutele legali 65%
- Incetezza sulla ripresa economica 52%
- Difficoltà a creare rete commerciale e di assistenza 42%
- Scarsa assistenza delle banche 36%

Fonte: K&L Gates Legal Observatory

centimetri

la lingua, la difficile gestione organizzativa». Gli stati più attrattivi sono New York, California, Carolina del Nord e Carolina del Sud e il Delaware che presenta una normativa societaria più flessibile.

Il referente per l'Emilia-Romagna di American Chambers, **Gianluca Settepani**, sottolinea tre aspetti: «Velocità nelle autorizzazioni, assistenza delle amministrazioni nelle procedure e le forti incentivazioni sono gli stimoli per investire negli Usa. Oggi avere una presenza produttiva in loco è più facile, ma è anche la condizione irrinunciabile per aver successo su quel mercato. A fronte di 141 aziende di pro-

prietà americana in Emilia-Romagna, pari al 7,8% del totale italiano, le imprese della regione presenti stabilmente negli Usa sono oltre 200. Tra queste, Marposs, Aretè&Cocchi Technolgy, Coesia, Interpump, Ima, Datalogic, Barilla, Parmalat, e un folto gruppo di ceramiche, da GranitiFiandre a Concorde, Panaria, Florim. Gli ultimi arrivi sono stati quelli di Bonfiglioli, Chiesi farmaceutici e Manifatture Sigaro Toscano, controllata dalla famiglia bolognese Maccaferri, che a fine 2015 ha comprato lo storico produttore di sigari americani Parodi Holding.

M. D. E.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Il caso 1

«Ora i player **globali** cercano noi»

Cangini Benne, innovare durante la crisi ha pagato

«**E**sportare non è facile per una piccola azienda come la nostra, ma con qualche idea, collaboratori motivati, un buon prodotto e un biglietto aereo di seconda classe ci si può riuscire».

Giorgio Cangini e la sua Cangini Benne srl sta qui a dimostrarlo. Con una sessantina di dipendenti — più una decina di fornitori, tutti nei dintorni del quartier generale di Sarsina (Forlì-Cesena) — uno stabilimento di poco meno di 4.000 metri quadrati, 12 milioni di euro di fatturato, vende le sue attrezzature per macchine movimento terra in quasi tutto il mondo, attraverso una rete di rivenditori, ma anche direttamente a colossi come Case e Caterpillar, sempre più interessati a proporre ai clienti un «corredo» completo di accessori. Sono benne di ogni dimensione, pale e turbine spazzaneve, pinze, trinciatrici, trivelle e puntali. Il 60% va all'estero, non solo in Europa e Stati Uniti, ma anche in Nord Africa e Sudafrica, Cile, Singapore e Filippine.

«Il nostro export ha avuto un'impennata negli anni della crisi — dice Cangini — quando in Italia non si vendeva più rien-

te e fummo costretti ad aguzzare l'ingegno per trovare nuovi mercati. Oggi abbiamo superato del 20-30% i livelli produttivi del 2008 e nei prossimi due o tre anni cresceremo stabilmente del 30% all'anno. E la quota di export salirà già da quest'anno al 70%». Già il budget 2016 mette in conto una crescita del fatturato fino a 15 milioni, con obietti-



Patron Giorgio Cangini di Cangini Benne

vo 20 milioni per l'anno successivo; questo comporterà un consistente ampliamento della capacità produttiva. Il piano di sviluppo prevede un aumento della produzione del 60-70% nei prossimi anni e il parallelo ampliamento dello stabilimento di Sarsina con l'aggiunta di altri 2.400 metri quadrati coperti.

«Il ruolo strategico dell'inno-

vazione l'abbiamo capito negli anni difficili della crisi, quando abbiamo fatto una piccola spending review interna: abbiamo tagliato le spese che non generavano sufficiente reddito, per concentrarci su quelle potenzialmente più redditizie: ricerca e sviluppo, marketing, servizi commerciali e di assistenza. Ora stiamo raccogliendo i frutti di quel lavoro. Prima della crisi non eravamo pronti a dialogare con i grandi costruttori globali, oggi sono loro a cercarci: i nostri prodotti sono i più cari, ma ci riconoscono come i migliori sul mercato».

Proprio la propensione a investire è per Cangini uno dei principali ostacoli ad alleanze strutturate con altre realtà del settore. «Più volte in passato — spiega — abbiamo valutato la possibilità di aggregazioni e fusioni che ci avrebbero permesso di rafforzare la nostra presenza sul mercato internazionale. Ho dovuto rinunciare perché troppo spesso i miei colleghi piccoli imprenditori considerano gli investimenti un male necessario, da ridurre al minimo indispensabile. Per me invece sono la migliore delle opportunità».

M. D. E.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Il caso 2

«Un mercato **bello** e temibile»

Mularoni (Del Conca) accelera sulla produzione in Usa

Adue anni dall'apertura dello stabilimento a Loudon (Tennessee), le intuizioni sul mercato americano di Del Conca si sono rivelate giuste e ora il gruppo riminese di ceramiche annuncia, in anticipo sul programma, il raddoppio dell'insediamento produttivo. «Era una fabbrica dimensionata per la crescita, che avrebbe dovuto raddoppiare se non triplicare la produzione nel giro di 3-5 anni — ricorda Enzo Donald Mularoni, ceo di Del Conca — ma a distanza di due anni dall'inaugurazione abbiamo deciso di attuare subito la fase due, che prevede un investimento di 30 milioni di dollari, un aumento della superficie coperta da 30 a 40.000 metri quadri e un incremento della capacità produttiva da 3 a 6 milioni di metri quadri». Saremo pronti per avviare la produzione a inizio 2017».

Mularoni, come avete cominciato?

«Dagli anni '90 vendiamo agli americani, ma ultimamente accettavamo con difficoltà di importare merce che comportava tempi lunghi e alti costi. Così abbiamo deciso di aprire uno stabilimento»

Avevate visto giusto, dunque.

«Negli Usa c'è un mercato ricettivo, anche se estremamente competitivo, e in cui l'offerta è per lo più ancora di importazione. Quindi ora la nostra produzione domestica rappresenta un notevole vantaggio per la clientela d'Oltreoceano. Avevamo scommesso sulla prosecuzione dei trend d'acquisto di prodotti Made in Usa, ma disegnati in Italy».



Ad Enzo Mularoni di Del Conca

Come mai questo feeling?

«È uno dei pochi mercati al mondo che si può permettere prodotti realizzati in Italia, che sono belli, evoluti e costosi, non nascondiamocelo. I loro canali distributivi sono molto efficienti e organizzati: chi è in grado di fornire affidabilità è accolto a braccia aperte. E comunque non è solo una questione economica,

ma anche di gusto: il Nord America è luogo di culture affini a quelle europee».

Che tipo di mercato è quello americano?

«Il mercato Usa è bello e temibile, offre grandi opportunità perché se hai il prodotto giusto al prezzo giusto, ti consente una capacità di fuoco notevole: il pubblico americano può consumare grosse quantità di merce. I prodotti italiani sono di nicchia in Cina e India, dove la maggior parte dei consumatori usa per cultura altri prodotti. Il mercato d'Oltreoceano invece è ampio e quindi è estremamente interessante, si può rinnovare con estrema facilità, le modifiche nei gusti possono avvenire in maniera repentina, però se il prodotto è buono, così come il servizio e il rapporto qualità-prezzo, gli americani danno soddisfazioni».

Che futuro si apre per Del Conca?

«Noi fatturiamo oltre 150 milioni di euro. Il mercato Usa rappresenta più di un terzo delle nostre vendite oltreoceano e ora questa quota crescerà: andrà a coprire oltre la metà del nostro export».

A. Rin.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



cinquerosso

FASHION RESEARCH ITALY

BOLOGNA, VIA BORGONUOVO 5 - 051 220086
sede legale

LA FONDAZIONE FASHION RESEARCH ITALY
VALORIZZA CREATIVITÀ, TALENTO, INNOVAZIONE
TRACCIANDO LE TRAIETTORIE DEL CAMBIAMENTO.

MASTER IN FASHION, DESIGN & TECHNOLOGY
CON L'UNIVERSITÀ DI BOLOGNA E CORSI DI ALTA
FORMAZIONE SULLE PIÙ MODERNE TECNOLOGIE
PER LA COMUNICAZIONE DEL MADE IN ITALY.

ARCHIVIAZIONE SCIENTIFICA E DIGITALE DEL
PATRIMONIO FOTOGRAFICO DELLE ECCELLENZE
FASHION, DI UN FONDO DI 20.000 DISEGNI DIPINTI
A MANO E 5.000 VOLUMI PER GLI UFFICI STUDI.

www.fashionresearchitaly.org

FRI
FASHION
RESEARCH
ITALY

L'INTERVISTA

Francesco Pugliese

L'ad di Conad svela le prossime mosse: negozi di pet food e una nuova linea di prodotti ecosostenibili. Obiettivo: battere i cugini di Coop



«Vogliamo essere i primi»

Chi è

Francesco Pugliese, Taranto, 1959, è ad e direttore generale di Conad, dove è entrato nel 2004. È presidente di ADM - Associazione Distribuzione Moderna e di Fruit Innovation. In precedenza è stato direttore generale Europa di Barilla e ad e direttore generale del Gruppo Yomo. Con Rizzoli ha pubblicato «Tra l'asino e il cane»

di **Andrea Rinaldi**

Investimenti nel 2016 per 188 milioni per 88 nuove aperture e 1.300 nuovi posti di lavoro di cui 880 nuove assunzioni. Pugliese, a cosa aspira Conad?

«L'obiettivo di chi è secondo non è che uno: arrivare primi. Oggi ci separa solo un punto dal leader di mercato»

Diversificherete ancora di più come fanno i vostri colleghi di Coop?

«Nel prossimo mese apriremo i primi punti vendita per pet food con insegna "Conad pet". Il primo il 4 maggio a Modena. Un negozio del genere, di 300 metri quadri, muoverà molto in termini di fatturato. Saranno 20 locali nel 2016, che porteranno all'assunzione di circa 100 persone. In 3 anni questi negozi saliranno a 100. Noi non facciamo investimenti finanziari, investiamo in ambiti dove possiamo dire la nostra con la consapevolezza che siamo bottegai: la proprietà esiste ed è ben definita, il profitto e l'utile della cooperativa sono per la crescita del core business».

La crescita della gdo è stata trainata dagli iper. Ma è un modello superato?

«Le mostro dei dati Iri Top Trade. L'evoluzione delle quote a tre anni: Coop va indietro di 0,30 punti, noi cresciamo di 0,92. Se abbiamo fatto quasi un punto di crescita e loro hanno perso, significa che abbiamo recuperato 1,20 e dimezzato la distanza in questi tre anni. Guardi anche la performance tra ciò che si apre di nuovo e quello che ottengo sui punti già esistenti: nelle dinamiche di produttività e metri quadri ancora una volta gli eccellenti siamo noi, con Esselunga, Selex Agorà e Aspiag. Mi chiedeva la crescita dei canali: abbiamo 23 ipermercati, oltre a superstore e libero servizio e quelli che crescono sono i secondi, perché danno convenienza e sono sempre più negozi di prossimità. L'ipermercato è in contrazione, e mi chiedo se continuerà in questi termini. Il dato certo è che il potenziale di attrazione e i differenziali dell'offerta dell'iper di 15 anni fa erano superiori. Oggi i bacini di attrazione degli iper si sono ristretti e la differenza ridotta di prezzi rispetto ad altri esercizi non giustifica il costo della benzina per andarci. L'iper deve cambiare anche la sua modalità di offerta in termini di profondità di assortimento».

Quindi come si trasformeranno i punti Co-

nad?

«Stiamo riducendo gli assortimenti medi della "sala" per recuperare spazi nei freschissimi: allargheremo la nostra marca commerciale che è arrivata a 30% di quote. Nelle prossime settimane lanceremo la nuova linea "Verso natura": non solo food, andrà dalle lampadine ai detersivi. I suoi pilastri: bio, vegetale, ecosostenibile ed eco-compatibile. Altra sfida: 6 anni fa abbiamo fatto un'operazione con i salumi take away, oggi l'80% di ciò che è venduto take away è marchiato Conad. Quindi abbiamo realizzato una partnership con un'azienda — che ha investito 26 milioni — dove andremo a confezionare tutti i nostri prodotti: compriamo la materia prima e la controlleremo. È un concetto nuovo di partnership tra distributore e industria dove ognuno ottiene profitto e fa il suo mestiere. Il prezzo sarà corretto per una qualità che deve essere elevata. E la filiera più integrata per tagliare i tempi».

Qualcuno la filiera corta la fa già: Amazon e tante altre startup di food delivery.



Con i big data calibreremo meglio l'offerta, l'assortimento e individueremo i trend: i fatturati si mantengono se cogli queste tendenze. In regione siamo bravi a metterci assieme, ma vedo che la spinta si è arrugginita

«Amazon in 15 anni ha decuplicato il valore della propria impresa senza fare profitto. L'alimentare inoltre vende al di sotto di quello che paghiamo noi: c'è qualcosa che non torna e forse qualche valutazione da fare in termini di dumping. Per certi prodotti online — detersivi, pannolini — sono certo che arriveremo a un utente che calcolerà il prodotto più economico su base mensile. I millennial ad esempio compreranno a prezzo più basso, assisteremo quindi a modifiche distributive di prodotto verso nuovi canali di vendita. Per le startup di food delivery invece vedo che hanno un pubblico ben connotato, ma vedo pure una lacuna nel controllo qualità: chi garantisce la sicurezza dei loro alimenti? Lo sa che nell'ortofrutta a domicilio la percentuale di

pezzi ammaccati e poi resi è del 30% circa? Con grossi problemi dal punto di vista della gestione: scontrino, reso, documento che parte ecc... Invece quando si va a fare la spesa cerchiamo relazioni e consigli cosa che sta diventando un fattore rilevante per Conad.

«Persone oltre le cose».

«Esatto. Oggi tocca pensare alle persone nel processo di vendita. Ben venga Amazon! Lo contrasteremo con l'acquisto e il ritiro in punto vendita».

Allora le chiedo della vostra sperimentazione sui big data.

«Siamo partiti un anno e mezzo fa. Stiamo mettendo a fattor comune tutti i dati — dal sito ai profili social alle carte fedeltà — per arrivare all'identificazione di grandi segmenti: in questo modo calibreremo meglio l'offerta, l'assortimento e individueremo i trend. E i fatturati si mantengono se cogli queste tendenze».

Lei è molto attivo sui social, commenta, segnala, ha anche litigato con Adriano Turrini di Coop sui market aperti di domenica.

«E Turrini che ha litigato con me. Comunque, il tema della trasparenza sarà un fattore fondamentale per aziende e manager. Quello che dici deve esser quello che fai, sui social, ma non solo. Ho 5.000 follower su Twitter tutti spontanei».

Perché non avete investito in Fico-Eatalyworld?

«C'è la Coop, va benissimo. Sarebbe stato anomalo per una piccola impresa come Conad entrare in un'azienda così. E poi non ce l'ha proposto nessuno».

L'Emilia-Romagna è una terra di eccellenze del food, ma non solo. Cosa vede all'orizzonte da manager e cooperatore?

«La nostra regione, assieme alla Lombardia, ha trainato con modelli di sviluppo e non. L'altro grande fattore è la capacità degli emiliano-romagnoli di mettersi assieme: non siamo solo cucina di idee, ma anche stimolo e guida, sia nel movimento cooperativo che su modelli di aggregazione. Ma vedo che questa spinta si è arrugginita e non va bene. Il dovere dei migliori è trainare, sia sul fronte imprenditoriale ma soprattutto su quello cooperativo, perché il rischio di chiudersi in piccole stanze a difesa di un mondo che non c'è più può essere un pericolo grosso, non solo per l'Emilia-Romagna, ma anche per l'Italia intera».

L'azienda

La storia

La Margherita nata da Mercurio che fiorisce in Italia e in Europa

È stato un buon 2015 per Conad. Il suo giro d'affari è salito a 12,2 miliardi di euro, crescendo di ben 500 milioni (ovvero del 4,2%) con la quota di mercato che ha raggiunto quota 11,8%. La rete vendita della margherita conta 3.062 punti vendita — 25 Conad Impermercato, 215 Conad Superstore, 1.039 Conad, 989 Conad City, 518 Margherita Conad, 197 discount To-dis, 13 Saporì & Dintorni e altre 66 insegna cash & carry — comprensivi dell'acquisizione di 45 ex Billa nel Nord Est e delle nuove aperture con la creazione di 4.174 nuovi posti di lavoro. Numeri che saranno destinati a lievitare, insidiando la supremazia dei colleghi di Coop nella grande distribuzione organizzata. Conad ha infatti stanziato 188 milioni di euro per il 2016. Conad inoltre somma 103 parafarmacie, 35 pompe di benzina, 18 ottici, 11 gelaterie e 12 carretti gelati Saporì & Dintorni.

Il Consorzio Nazionale Dettaglianti, società cooperativa a responsabilità limitata, nasce ufficialmente il 13 maggio 1962 a Bologna. Vi aderiscono 14 gruppi d'acquisto a cui fanno capo 420 soci dettaglianti. Suo scopo è organizzare in comune i rifornimenti e gli acquisti di prodotti alimentari, bevande e beni di consumo. La sede è a Milano e la presidenza è affidata all'avvocato Stelvio Capritti che ha seguito la costituzione della società per conto dell'Unione piccoli commercianti (poi Confesercenti). Il marchio è un'effigie di Mercurio, dio del commercio, che sarà sostituito nel 1971 con quello rosso e giallo accompagnato da una margherita. Sempre sotto le Due Torri nasce il primo supermercato Conad. Nel 1981, dopo 16 anni, Luciano Chiesa lascia la presidenza a Enrico Gualandi. Nell'anno del ventennale, con circa 200 tra superette e supermercati, Conad è ai primissimi posti in Italia nella rete moderna. Per mettere a disposizione dei soci-imprenditori delle otto cooperative associate — Commercianti Indipendenti Associati, Conad Adriatico, Conad Centro Nord, Conad del Tirreno, Conad Sicilia, Nordiconad, PAC 2000A e Siciliconad — e della cooperazione ulteriori opportunità di sviluppo e crescita, il 16 febbraio 2006 Conad, Colruyt (Belgio), Coop (Svizzera), E.Leclerc (Francia) e Rewe (Germania) fondano a Bruxelles Coopernic, società cooperativa di diritto europeo seconda nel mondo solo a Wal-Mart. Due anni prima Francesco Pugliese era entrato in Conad con il ruolo di direttore generale. Dieci anni dopo diventa ad, mentre nel 2010 Claudio Alibrandi diventa presidente. Pugliese, classe 1959, tarantino ha sempre lavorato in primo piano nel settore alimentare e della distribuzione, in precedenza infatti è stato direttore generale Europa di Barilla e amministratore delegato e direttore generale del Gruppo Yomo.

A. Rin.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

MONOPOLI

Benvenuta Technogym nel club di denari

La matricola del wellness in Borsa dal 3 maggio; sarà il tredicesimo gioiello fra le quotate emiliano-romagnole che nel 2015 hanno messo a segno risultati record: +37% di utili

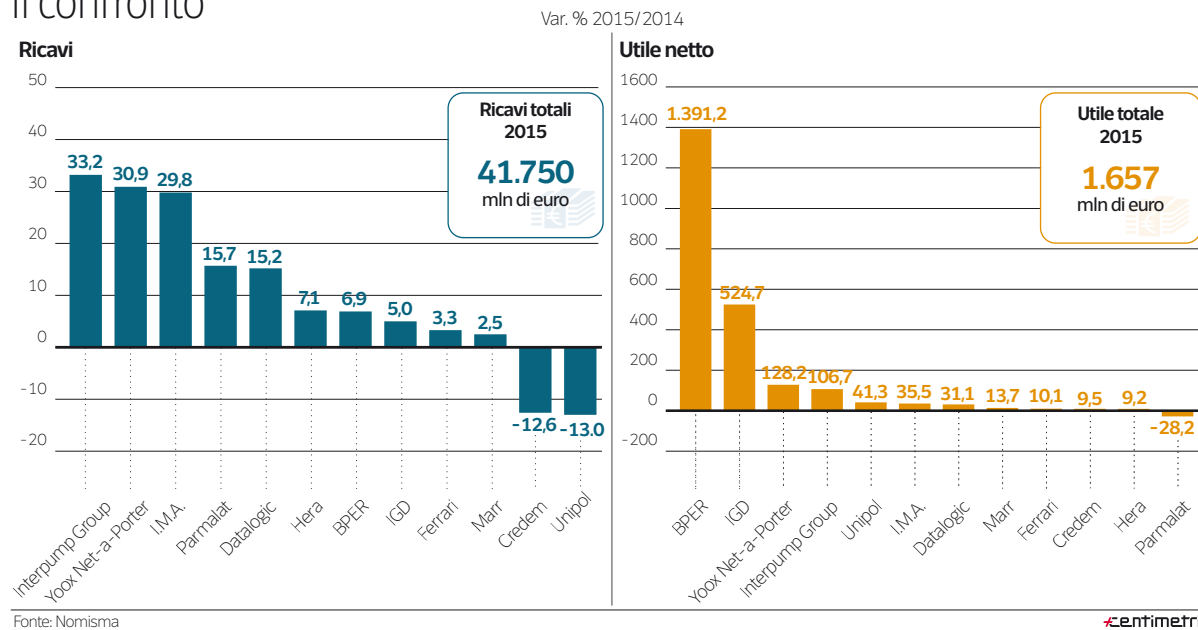
Identikit

Blue chip
è un termine comunemente usato in Borsa per indicare le società ad alta capitalizzazione e azionaria. Due indici hanno sostituito il segmento Blue Chip di Borsa Italiana: FTSE MIB (o Large Cap) FTSE Italia Mid Cap.

Con l'arrivo di Technogym che debutterà il 3 maggio, diventeranno 13 i gioielli del made in Emilia-Romagna quotati in Borsa. La società di Nerio Alessandri porterà in dote al totale dei fatturati i 511 milioni di euro di ricavi realizzati nel 2015 e gli oltre 90 milioni di utili al monte complessivo. Sarà insomma star fra le star. L'imprenditore del fitness cesenate è infatti in buona compagnia sulla via Emilia, dove i colleghi sono altrettanto grandi, pieni di liquidità e risolutamente indirizzati a crescere sempre di più.

Basta guardarsi il report che Nomisma ha realizzato per *Corriere Imprese* sulle aziende quotate emiliano-romagnole. Le 12 principali società sul listino di Piazza Affari (4 big caps e 8 mid caps) hanno registrato nel 2015 un giro d'affari complessivo per 41.750 milioni di euro, in lieve calo rispetto all'anno fiscale precedente (-1,3%). Tuttavia, al netto della performance delle imprese appartenenti al comparto finanziario (-11,2%), le imprese industriali vedono un aumento dei ricavi del 13%. Ma, considerato questo dato, la sorpresa maggiore si ha analizzando quello che rimane in cassa. Gli utili complessivi registrati dalle nostre

Il confronto



quotate l'anno scorso hanno toccato quota 1.657 milioni di euro, ovvero 448 milioni di euro in più rispetto all'esercizio del 2014 (+37%). Crescono cioè più dei fatturati complessivi.

In vetta alla montagna dei ricavi troviamo Interpump group: la creatura di Fulvio Montipò ha fatto lievitare il suo giro d'affari di quasi un terzo a 894,93 milioni di euro (+33,2%). A tallonarla

sul podio dei vincenti la regina delle blue chip italiane, Yoox Net-a-Porter, con 1,7 miliardi di euro, ma cresciuti del 30,9%. Segue l'Ima di Alberto Vacchi, con 1,1 miliardi di euro, lievitati del 29,8% rispetto al 2014. Le uniche a segnare una contrazione del volume d'affari sono due Credem e Unipol, rispettivamente a -12,6% e -13%. Credem è terzultima nella variazione percentuale

dello sviluppo degli utili (+9,5%), mentre il colosso finanziario-assicurativo di Carlo Cimbri si aggiudica il quarto posto. È però un'altra banca, la Bper di Modena, a piazzarsi prima in termini percentuali di variazione di utili: +1.391,2% sul 2014. Chi invece non ha visto brillare il proprio Ebitda è stata Parmalat: è sceso del 28,2%.

Allargando lo sguardo oltre la

via Emilia si può dire che per le 40 blue chips del FTSE-MIB (in cui ricadono le nostre Bper, Yoox Net-A-Porter, Ferrari e Unipol) il 2015 è stato un ottimo anno. I ricavi delle 40 big caps si sono attestati intorno ai 606,5 miliardi di euro – in aumento del 4% al netto della performance del settore petrolifero e para-petrolifero (-24,8%), così come l'Ebitda, cresciuto del 9,1%. Ora vedremo come si comporterà Technogym, il cui prezzo per azione è stato fissato tra i 3 e 3,75 euro. Basso, ma perché Alessandri vuole realizzare una buona performance una volta in listino. Intanto fervono i preparativi per il debutto, che verrà celebrato il 3 maggio con una coreografia imponente, così come successe con Moncler, nel cui cda siede tra l'altro l'imprenditore romagnolo. Che al roadshow milanese di giovedì scorso ha assicurato di pagare dividendi agli azionisti pari almeno al 50% dell'utile di esercizio.

Quanto alle strategie future e in particolare rispetto alle acquisizioni, il presidente di Technogym ha spiegato che al momento «non sono previste ma non escludiamo possa avvenire nel medio termine» e «sicuramente sarà negli Usa».

Andrea Rinaldi

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Light Lunch AL CAFE' MARINETTI

*Veloci, sani e deliziosi:
i pranzi speciali proposti dal Café Marinetti,
un'oasi di eleganza nel cuore vibrante
del centro di Bologna.*

*Un contesto perfetto per il Light lunch,
ogni giorno una scelta di ricchi e deliziosi piatti unici nutrizionalmente equilibrati
per fornire l'energia necessaria per una giornata intensa.*

*Ideale per un incontro di lavoro, un pranzo fra amici,
o semplicemente per rilassarsi assaporando le proposte gastronomiche
dell'executive chef Claudio Sordi.*

Il menu comprende:

Piatto principale che propone il corretto equilibrio
tra carboidrati, proteine e fibre
Composizione di frutta stagionale e abbinamenti sfiziosi
Caffè - Calice di vino - Acqua minerale
Euro 25.00 per persona



GRAND HOTEL MAJESTIC
GIÀ BAGLIONI
BOLOGNA
★★★★★



Informazioni e prenotazioni:

Grand Hotel Majestic
già Baglioni
Via dell'Indipendenza, 8
Tel. + 39 051 225445
ristorazionecarracci@duetorrihotels.com

grandhotelmajestic.duetorrihotels.com



MONOPOLI

Il **risiko** di Bper verso la Spa tra gruppo Unipol e soci istituzionali

L'ad Vandelli: «Ma la ricerca di maggiori dimensioni non deve passare sopra a tutto»

di **Nicola Tedeschini**

Nemmeno il numero uno di Unipol **Carlo Cimbri** esclude il matrimonio tra Bper e Unipol Banca, pur asserendo di voler interloquire con tutti gli istituti che fanno bancassurance, inclusi **PopSondrio** e **Banco Popolare**. La corazzata felsinea, dicono le ultime indiscrezioni, rastrellerà pacchetti tra il 2% e il 5% sia dell'istituto modenese, partner in **Arca Vita**, sia del **Banco**, già partner in **Popolare Vita**. A oggi, insomma, l'unica certezza è che sarà lei, Unipol, la damigella d'onore del valzer del credito, e che si sceglierà con dovuta calma il cavaliere. Eppure, il mercato crede alle nozze di Via Stalingrado con Via San Carlo, così come gli analisti di **Equita** e **Mediobanca**. E poi sentite qui: «Unipol e Bper sono le due più importanti istituzioni finanziarie della regione. Siamo partner dal 2009, quando cedemmo il controllo di Arca Vita, firmando un accordo distributivo decennale. Considero positiva la loro presenza nel nostro azionariato: siamo pronti a fare una riflessione, poi vediamo se nascerà qualcosa di concreto». Sono parole pronunciate da **Alessandro Vandelli**, ad della Popolare modenese, a margine dell'assemblea del 16 aprile a ModenaFiere, la penultima con il voto capitaro. Entro novembre dovrà trasformarsi in Spa, costituendo un nucleo di azionisti stabili che per Vandelli dovrebbe detenere almeno il 20-25% del capitale. Il mondo cooperativo è uno degli interlocutori fondamentali. In platea, infatti, non sono mancati **Pietro Cassani**, manager cooperativo di **Sacmi**, né, soprattutto, **Mauro Luseti**, numero uno nazionale di **Legacoop**.

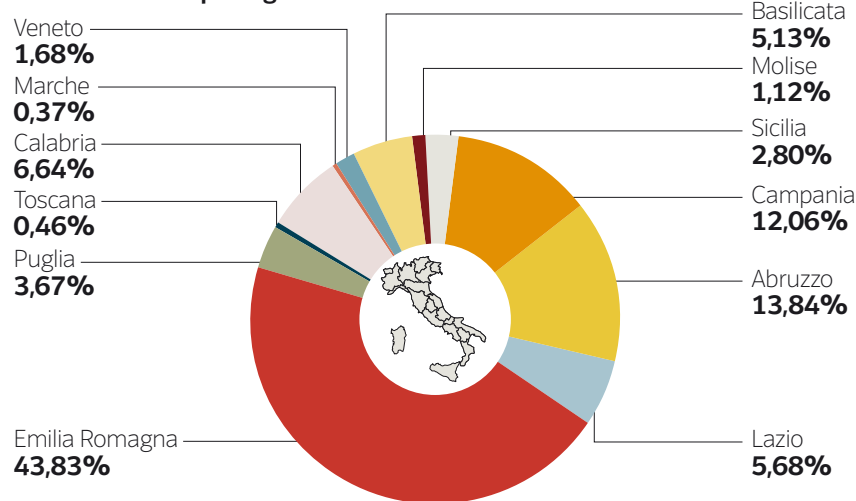
Al momento, i punti fermi sono due: gli investitori istituzionali, che in aggregato Vandelli stima «attorno al 45-50%», con voci soprattutto sul texano **Dimensional Fund Advisor** e su **Blackrock**; e l'associazione **Bper Valori&Valore**, di cui *Corriere Imprese* aveva parlato già lo scorso 23 novembre. Presieduta da **Giorgio Pulazza**, bolognese trapiantato in Riviera, riunisce le grandi famiglie che da decenni reggono i destini dell'istituto, animando la storica Lista 1 assembleare. Non è, a oggi, un sindacato di blocco o di voto, assomigliando piuttosto all'**Associazione Banca Lombarda&Piemontese**, tramite la quale dal 2007 il salotto buono di Brescia indirizza **Ubi Banca**, prima popolare a trasformarsi in spa pura. Oltre i nomi già noti, come il carpigiano **Alberto Marri**, vicepresidente di Via San Carlo, tra gli aderenti a Bper Valori&Valore spiccano **Giorgio Giatti**, della Termal; i **Gallinari** e i **Fagioli**, stirpi reggiane della meccanica e della logistica; i **Martinelli** e i **Poggiali**, tra i ravennati; e

Il peso della banca emiliana

Il confronto con i competitor

Ranking	Totale attivo (in di euro milioni)
1	Unicredit 873.506
2	Intesa SP 668.235
3	MPS 170.202
4	BP 123.353
5	UBI BANCA 115.689
6	BPER 60.658
7	BPM 49.515
8	Carige 36.106
9	BP Sondrio 35.511
10	Credem 31.611

Base Clienti 2015 per regione



Fonte: Assemblea dei soci Bper 2016



Considero positiva la presenza di Unipol nel nostro azionariato: siamo pronti a fare una riflessione, poi vedremo se nascerà qualcosa di concreto

Matteo Tiezzi, che allo studio di consulenza Rtz di Vaciglio, nelle campagne di Modena, ospita la sede associativa. In tutto, si arriva al 4,42% del capitale. Di certo, non sfideranno il primato del blocco emiliano né i dipendenti-soci di **AdaBper**, né **Copsa**, la coop dei cassettisti sardi. Né, ancora, le grandi dinastie già azioniste di quegli istituti centro-meridionali che la capogruppo ha incorporato nell'ultimo lustro, offrendo azioni proprie alle relative minoranze. Ai **Mengano Amarelli**, quelli della liquirizia, si sono uniti i padroni del petrolio lucano un tempo sotto le insegne Api: in



Modenese
Alessandro Vandelli è amministratore delegato di Bper Banca

cda è infatti appena entrata **Margherita Perretti**, capofila di una lista 2 con 787 sottoscrittori, evidentemente titolari di quote molto segmentate, perché insieme toccano appena lo 0,138%.

Un'incognita, invece, riguarda le Fondazioni bancarie, eccetto quella di Sardegna, unico socio sopra la soglia del 2%. La **Carispaq** non aderì all'ultima ops, fermandosi allo 0,58%, e in assemblea il presidente **Marco Fanfani** ha fugacemente polemizzato con il management. In Emilia l'unica ad avere legami storici con Bper è la **Fondazione Vignola**, la quale però, nel 2014, vendette oltre 75.000 titoli sui circa 76.000 in portafoglio. Destinati forse a salire, ma non decisivi, gli enti piemontesi, emanazione delle quattro casse omonime. Bper ha acquisito la maggioranza di **CariSaluzzo** e di **CariBra**. «Speriamo che CariFossano e CariSavigliano seguano a ruota, completando un percorso altrimenti senza senso», ha detto Vandelli. In ogni caso, poiché «comprare banche piccole oggi è molto complesso», tanto varrebbe puntare più in alto, ad aggregazioni vere: **Veneto Banca**, per esempio, che tornerà interessante dopo l'aumento di capitale con l'intervento del Fondo Atlante, a cui Bper destinerà fino a 100 milioni; oppure il solito **Credito Valtellinese**, che però ultimamente sembra riavvicinarsi all'altra banca dell'area, la **Popolare di Sondrio**. Su **CariFe**, per cui Bper ha formalmente manifestato interesse, «ancora aspettiamo il packaging informativo», e «il trascorrere del tempo non gioca a favore». «Ma la ricerca di maggiori dimensioni non deve passare sopra ogni cosa — aggiunge Vandelli — Non assumeremo rischi, che con questi mercati riteniamo pericolosi per i soci. Possiamo anche andare avanti da soli».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Bcc, le toscane pensano a un **secondo polo** con i piedi a Bologna

Banca di Cambiano prepara la way out assieme ad altri 4 istituti. Il veicolo potrebbe essere Banca Agci

Potrebbe nascere proprio a Bologna, culla della riforma del credito cooperativo targata Federkasse-Iccrea, il secondo polo delle Bcc tricolori. A muoversi è stato infatti un manipolo di istituti disidenti dell'Italia centrale, capeggiati da **Banca di Cambiano**; gli stessi che, secondo i rumors, premetteranno per inserire nel decreto Renzi-Padoan la famosa way out, e che ora intendono sfruttare la clausola per lasciare definitivamente il sistema. Le trattative proseguono febbrili, perché con la conversione del decreto i tempi per l'uscita sono stati ridotti a 60 giorni. E qui entrano in gioco le Due Torri, o meglio via Antonio Alessandrini, dove ha sede **Banca Agci**: il possibile, e forse probabile, perno di tutta l'iniziativa.

Costituita il 26 ottobre 2005, la spa Banca Agci ha iniziato l'at-

tività nel 2008, per affiancare poi, nell'ultimo biennio, gli sportelli di Torino e Roma a quello felsineo. La raccolta diretta è dunque salita di quasi il 16% nel solo 2015, a 142 milioni totali. Il bilancio approvato a inizio mese dall'assemblea di Quarto Inferiore ha visto un margine di intermediazione di 6,73 milioni e un utile netto di 204.000 euro: la cifra, inferiore ai 653.000 euro del 2014, è andata a parziale copertura di perdite pregresse. Il patrimonio netto è di 16,6 milioni, grazie anche all'ultimo aumento di capitale sostenuto, nemmeno due anni fa, dagli azionisti. Che sono in gran parte, come il nome dell'istituto suggerisce, aziende e consorzi afferenti alla terza anima del movimento cooperativo nazionale, l'anima repubblicana e mazziniana, da sempre fertilissima nell'area ravennate. Da lì



Vertice Il Presidente della Banca di Cambiano Paolo Regini (a destra) e il direttore generale Francesco Bosio (a sinistra)

vengono sia il presidente, **Giorgio Brunelli**, sia **Valeriano Mariani**, in cda come rappresentante della storica società di costruzioni **Acmar**; la direzione generale, invece, spetta a **Bruno Chiecchio**.

Un nucleo duro di soci proviene però da fuori regione, e in particolare la galassia legata all'empolese **Cabel spa**, che fornisce alle aziende creditizie servizi informatici, di consulenza e di back office. Cabel, e qui è il punto fondamentale dell'intreccio, è a propria volta in mano alle bcc dissidenti toco-laziali: tra le altre Viterbo, Pisa Fornacette, Castagneto Carducci e soprattutto Cambiano, l'unica che supera la soglia dei 200 milioni di patrimonio e riserve necessaria alla way out. Il suo presidente, **Paolo Regini**, lo ha detto esplicitamente: l'obiettivo è conferire l'attività bancaria a una spa, con il

pagamento della patrimonialina voluta dal governo, evitando di perdere tutta la liquidità accantonata sin dal 1884 dall'attuale coop, che rimarrebbe in vita come holding. E a metà aprile, interpellato dal portale Toscana24, Regini ha indicato Banca Agci come probabile veicolo dell'operazione: «Ci siamo dentro come soci, hanno già mostrato una loro disponibilità».

Per ora, dall'istituto bolognese non hanno inteso rilasciare dichiarazioni, riservandosi di farlo solo una volta emersi eventuali elementi di ufficialità. Tuttavia, tra le bcc eretiche le consultazioni proseguono. I tempi stringono, e le authority incombono: entro metà maggio, si saprà se il nuovo macro-polo del credito tricolore avrà casa in via Alessandrini.

N. T.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

THE COLOR RUN
Tropicolor
WORLD TOUR
2016

BY
**UNITED COLORS
OF BENETTON.**

RCS
Active Team

RCS Sport
Move your Business



30/04/2016 TORINO
14/05/2016 BARI
21/05/2016 TRENTO
28/05/2016 REGGIO E.
04/06/2016 FIRENZE

12/06/2016 GENOVA
18/06/2016 VENEZIA
23/07/2016 LIGNANO S.
06/08/2016 RIMINI
03/09/2016 MILANO

PER INFO E ISCRIZIONI: THECOLORRUN.IT



The Color Run Italia

PRESENTING SPONSOR

UNITED COLORS
OF BENETTON

TOP SPONSOR

ASUS



OFFICIAL PARTNER

BROOKS

MEDIA PARTNER

La Gazzetta dello Sport
Tutto il mondo della vita

OFFICIAL RADIO



OFFICIAL SUPPORTER

YAMAHA
Reach your dream

FASTWEB



SANBENEDETTO
AQUAVITAMIN



PIANETA LAVORO

Il **part time** agevolato ancora non convince
Cazzola: «Servirà solo alle grandi imprese»

I lavoratori interessati, per l'economista, saranno un migliaio e nel settore industriale

la vicenda

- È stato firmato il decreto ministeriale per consentire il part-time a tre anni dalla pensione
- Sono interessati i lavoratori privati, con contratto a tempo indeterminato che possiedono il requisito minimo per la pensione di vecchiaia entro il 31 dicembre 2018
- Potranno concordare con l'azienda una riduzione dell'orario di impiego tra il 40% e il 60%

Un'uscita graduale dal mondo lavoro a pochi anni dalla pensione. Il part-time agevolato non entusiasma le aziende della via Emilia che per ora preferiscono non sbilanciarsi se adottarlo o meno. Il motivo, secondo Giuliano Cazzola, economista ed esperto di diritto del lavoro, è l'assenza di un reale interesse da parte dei datori di lavoro a sottoscrivere un accordo con i propri dipendenti per l'incentivo a un'uscita soft.

«Credo che a utilizzare il part-time agevolato saranno soprattutto imprese di grandi dimensioni — spiega — e questo perché alle piccole e medie imprese, che sono la stragrande maggioranza del tessuto economico territoriale, non interesse percorrere questa strada per loro troppo onerosa». Quindi si profila il rischio che a usufruirne saranno pochi lavoratori». Il decreto, che prevede in via sperimentale la possibilità di un impiego ridotto nell'ultima parte della vita lavorativa, è stato sottoscritto dal ministro del Lavoro Giuliano Poletti e si applica solo per il settore privato.

«In Emilia-Romagna è immaginabile pensare che siano circa un migliaio i potenziali lavoratori che potrebbero usufruirne — continua Cazzola — Il grosso lo si potrebbe individuare per lo più nel settore industriale».

Lo scopo del provvedimento è facilitare l'uscita di dipendenti prossimi alla pensione per poi spingere le aziende ad assumerne di nuovi in modo da creare una staffetta generazionale. «Trovo difficile però che questo possa avvenire in maniera automatica — precisa Cazzola — È un discorso che non ha delle controprove, soprattutto in una fase come quella attuale in cui le imprese hanno già prosciugato di molto l'organico durante la crisi».

Il meccanismo della norma è molto semplice: gli interessati — lavoratori con contratto a tempo indeterminato che hanno un minimo di 20 anni di contribuzione alle spalle e che nel 2018 hanno maturato il requisito anagrafico per la pensione — potranno concordare con l'azienda una riduzione dell'orario d'impiego tra il 40% e il 60%, con conseguente riduzione della retribuzione. In cambio, però, riceveranno in busta paga una somma esentasse corrispondente ai contributi previdenziali a carico del datore. A sostenere l'intero impianto ci sarà lo Stato con uno stanziamento di 60 milioni di euro per quest'anno, 120 per il 2017 e altri 60 milioni per il 2018. Servirà, per il periodo di riduzione della prestazione lavorativa, a



riconoscere ai dipendenti coinvolti la contribuzione figurativa corrispondente alla prestazione effettuata. Così da garantire che alla maturazione dell'età pensionabile gli venga corrisposto l'intero importo dell'assegno.

«Una procedura simile esiste già e la si trova nel Jobs act — precisa Cazzola — Si tratta di una struttura analoga al decreto Poletti con la differenza però

che il tutto avviene all'interno di un contratto di solidarietà espansiva e negoziato con i sindacati e agevolato dal punto di vista contributivo e condizionato all'assunzione di giovani fino a 29 anni. Questa forma è più efficace di quella affidata alla volontà del singolo e alla disponibilità del datore di lavoro».

Parlare però di risultati certi è ancora troppo prematuro e prima di capire se e come il decreto produrrà i frutti sperati bisognerà attendere almeno un anno. Una criticità però, secondo l'economista, è da tenere in considerazione. E cioè la possibilità che questo meccanismo possa produrre con il tempo «un sistema perverso spingendo le aziende a scegliere di applicare il part-time sulla carta e di praticare poi nei fatti il full-time. Pagando il resto delle ore in nero».

Studioso
Giuliano Cazzola, bolognese, è economista ed è stato parlamentare con il Popolo della Libertà



Temo che verrà applicato sulla carta, praticando di fatto il full-time e pagando le ore restanti in nero

do l'economista, è da tenere in considerazione. E cioè la possibilità che questo meccanismo possa produrre con il tempo «un sistema perverso spingendo le aziende a scegliere di applicare il part-time sulla carta e di praticare poi nei fatti il full-time. Pagando il resto delle ore in nero».

Dino Collazzo
© RIPRODUZIONE RISERVATA

GRATIS

Invito ALLA PROVA

CONSEGNANDO L'INVITO ALLA PROVA POTRETE USUFRUIRE DI PARTICOLARI CONDIZIONI DI ACQUISTO

DEI NUOVI APPARECCHI ACUSTICI MAICO

MAICO **UDITO sereno**

PROGRAMMA

GRATIS INVITO ALLA PROVA

DEI NUOVI APPARECCHI ACUSTICI MAICO.

LA PRESENTE PER CHIEDERVI LA PROVA GRATUITA DEI NUOVI APPARECCHI ACUSTICI PRESSO LA FILIALE MAICO DELLA MIA CITTÀ, SENZA NESSUN OBBLIGO NÉ IMPEGNO DA PARTE MIA.

☐ Presso la nostra filiale

☐ Richiedo la prova gratuita direttamente a casa mia.

NOME _____

COGNOME _____

INDIRIZZO _____

CAP _____ CITTÀ _____

TELEFONO _____ ETÀ _____

PROFESSIONE _____

QUESTO MESE ANCORA PIU' CONVENIENTE

Cell. 347-2693518

NUMEROVERDE 800-213330

MAICO

BOLOGNA Piazza dei Martiri, 1/2 Tel. 051 249140 - 248718 - 240794	FERRARA Piazza Castello, 6 Tel. 0532 202140
BOLOGNA Via Mengoli, 34 (di fianco alla Asl) Tel. 051 304656	FORLÌ Via Regnoli, 101 Tel. 0543 35984
BOLOGNA Via Emilia Ponente, 16/2 Tel. 051 310523	MODENA V.le Menotti, 15-17-19 (Ang. L.go Garibaldi) Tel. 059 239152
BOLOGNA San Lazzaro Di Savena Via Emilia, 251/D Tel. 051 452619	MODENA Via Giardini, 11 Tel. 059 245060
ADRIA Corso Mazzini, 78 Tel. 0425 908283	RAVENNA Piazza Kennedy, 24 (Galleria Rasponi) Tel. 0544 35366
CARPI Via Fassi, 52/56 Tel. 059 683335	REGGIO EMILIA Viale Timavo, 87/D Tel. 0522 453285
CASTELFRANCO EMILIA Corso Martiri 124 Tel. 059-928950	RIMINI Via Gambalunga, 67 Tel. 0541 54295
CENTO Corso Guercino, 35 (Corte del teatro) Tel. 051 903550	ROVIGO Corso del Popolo, 357 (angolo Via Toti) Tel. 0425 27172
CESENA Via Finali, 6 (Palazzo Barriera) Tel. 0547 21573	SASSUOLO Viale Gramsci, 15/A Tel. 0536 884860
FAENZA Via Oberdan, 38/A (di fronte al parco) Tel. 0546 621027	

INNOVATORI

Le scarpe del futuro? Stampate in 3d a San Mauro Pascoli

Tra i nuovi talenti del Cercal Lab dove si studiano anche le calzature «vegane»

Segni particolari: ricerca di nuove frontiere del design. Strumenti del mestiere: stampante 3d. Approccio: green e eco friendly. Strategia? Basata sul crowdfunding per puntare sull'e-commerce. Queste le caratteristiche degli artigiani del calzaturiero 2.0 che hanno trovato a San Mauro Pascoli la loro piattaforma di lancio.

L'obiettivo del primo anno di vita del Cercal lab, la fucina dei talenti del Cercal, è stato quello di affiancare i giovani con un'idea creativa fino al prototipo. Le migliori proposte sono diventate progetti e infine hanno preso forma concreta svelata oltre le porte del Centro di ricerca del calzaturiero la scorsa settimana.

Il progetto Veg:On è stato molto apprezzato. Porta la firma di **Marco Zanuccoli** di San Mauro e punta dritto al nutrito mondo Vegan. Ha prodotto scarpe e borsa 100% vegana ed eco sostenibile perfetta per un pubblico di «Hypster neo chic». Ciò si tradu-

Identikit



● **Cesare Casadei** è presidente del Cercal

● È anche patron dell'omonima azienda di scarpe

● Il Cercal si trova a San Mauro Pascoli e forma le nuove leve del settore calzaturiero

ce in tomaia e borsa che non hanno nulla di origine animale anche se sembrano fatte in pelle. In realtà sfruttano una microfibrina di poliestere di ultima generazione realizzata con una lavorazione ad acqua.

«Un prodotto di questa linea costa il 30% in meno — ha spiegato Zanuccoli — per una scelta strategica di posizionamento, ma il costo di questa scarpa è lo stesso di una in pelle, niente di più niente di meno. Esistono scarpe vegane, ma solo queste lo sono al 100%. L'obiettivo è andare avanti con le mie gambe cercando investitori anche con il crowdfunding, ma non mi precludo altre porte».

Zanuccoli ha già testato l'appetibilità dei suoi prodotti. «Ho vestito una collega per presenziare a una laurea e tutti gli amici non facevano che chiederle dove avesse preso la borsa e le calzature che le avevo prestato. Posso dire che ho passato il test».

Scarpe su misura grazie a forme realizzate con la stampante



Talento
Marco Zanuccoli di San Mauro Pascoli (Cesena) con le sue scarpe «veg» in fibra naturale

3d. Questo il punto forte per **Rosalia Filippone** che ha sviluppato Trad#innova#zione. «Il mio pallino — ha detto — è ridurre i costi di produzione che incidono molto sui bilanci e sull'ambiente. La stampante 3d risponde alle mie esigenze perché ha un basso consumo di energia che soddisfo con pannelli solari. Ed è il primo caso in cui è impiegata per ottenere forme delle scarpe. In questo modo è possibile creare collezioni su misura risparmiando risorse in cui stile e comodità la fanno da padroni». Questo è possibile grazie ad una scansione fotografica del piede del cliente che restituisce un file in 3d alla stampante che

così può modellare la forma più adatta. «In questo modo la scarpa soddisfa le peculiarità di ogni piede restando un capo di moda. Posso stampare anche i tacchi e sono utilizzabili tutti i giorni come quelli classici. Essendo personalizzati e su misura, i modelli hanno gli stessi costi dei prodotti di alta gamma che escono dalle imprese di San Mauro. Questo perché le risorse che non si sprecano nella produzione le re-investo nella qualità del prodotto».

Al momento i due giovani stilisti stanno valutando di creare una startup e secondo alcuni imprenditori presenti «sono al posto giusto al momento giusto». È stato presentato anche il proget-

to di **Monika Lyson**. La neo stilista di origini polacche ha presentato borse che sfruttano un mix di pelle e legno. I prodotti fondono tecniche di taglio tipiche della tradizione polacca e sanmaurese. Il progetto ha una portata ridotta rispetto i precedenti perché per ora è indirizzato più ai mercati di città, ma non per questo pecca in creatività.

All'elenco si aggiunge un progetto collettivo che è ancora in corso. **Designer in progress** simula l'attività di uno studio di design nel mondo della moda coinvolgendo quattro giovani romagnoli.

Alessandro Mazza

© RIPRODUZIONE RISERVATA



C.B.A. DEI LUBRIFICANTI S.P.A.



Il continuo sviluppo delle tecnologie e il progredire della ricerca ci ha portato in questi trentanni di attività a proporre ai nostri clienti sempre il massimo reperibile sul mercato!

Specializzati nella lubrificazione industriale ed autotrazione offriamo prodotti e servizi

ineccepibili in maniera capillare in tutta la regione.

Sempre più sono i marchi che offriamo con le diverse specialità che vanno dal settore:

LUBROREFRIGERANTI ultima generazione di privi di boro e formaldeide;

LUBRIFICANTI ALIMENTARI per ogni fase della catena produttiva;

ADDITIVI SPECIALI per il mondo autotrazione;

GRASSI TECNICI per ogni tipo di condizioni, anche le più avverse



C.B.A. dei LUBRIFICANTI S.p.A. - Via XX Settembre, 21/23 - 40057 CADRIANO (BO)
Tel. 051 76 66 62 - Fax 051 76 61 14 - www.cbadeilubrificanti.it - e-mail: info@cbadeilubrificanti.it



INNOVATORI

Ritorna il maggiordomo ma è virtuale e si chiama Jarvis

La startup Joota ha inventato un'intelligenza artificiale che fa dialogare gli oggetti di casa: regola luce e calore e può chiamare pure un tecnico

di **Mara Pitari**



Degli Esposti
Gli oggetti con cui interagiamo diventano sempre di più e sempre più complessi, per questo il robot si sostituisce all'utente nella gestione delle azioni quotidiane

La generazione cresciuta negli anni Ottanta e Novanta non farà fatica ad associare il suo nome a quello di un noto personaggio del mondo dell'animazione. È Jarvis: l'intelligenza artificiale al servizio di Iron Man e da ora un robottino che come il suo illustre omonimo promette di semplificare la vita quotidiana delle persone nell'uso degli oggetti in casa, domani potenzialmente per tutti. Un maggiordomo in versione digitale che potrebbe essere sul mercato già da Natale prossimo.

L'idea, nata nel 2014, è di un gruppo di sette bolognesi, tra i 30 e i 37 anni, che hanno mollato tutto per fondare Joota, una startup con sede a Casalecchio di Reno che ha come slogan internazionale «Let your things speak». «Vogliamo che l'utente debba preoccuparsi sempre meno della tecnologia che usa — spiega il 33enne fondatore e ceo di Joota, Luca Degli Esposti — e che possa rivolgersi a una piattaforma intelligente che sappia risolvere i problemi in tema di sicurezza della casa e della persona, illuminazione e risparmio energetico».

Jarvis fa in modo «che le cose parlino tra loro». Se c'è una perdita di acqua dalla lavatrice, Jarvis sa se l'elettrodomestico è in garanzia ed è in grado di rintracciare il tecnico più vicino ed economico. Il robot può geolocalizzare il suo padrone di casa e, se questo non torna a dormire, avverte il termostato di non accendere il riscaldamento evitando costi e sprechi. «Gli oggetti con cui interagiamo — continua Degli Esposti —



Intelligenza Da sinistra Maurizio Pinotti, Roberto Pierpaoli, Luca degli Esposti, Alan Alberghini, Andrea Previati, Riccardo Malatesta con il loro kit intelligent

diventano sempre di più e sempre più complessi, per questo il robot si sostituisce all'utente nella gestione delle azioni quotidiane».

Jarvis rappresenta la domotica avanzata: unisce e pilota un kit di dispositivi intelligenti già presenti sul mercato e che non necessitano di installatori specializzati per essere integrati nelle case e negli uffici. Tra questi, sensori di temperatura e umidità, azionamenti di tapparelle e porte, lampadine intelligenti e la capacità di interagire con gli elettrodomestici. Nuovi servizi e il collegamento a nuovi oggetti sarà presto disponibile nel settore del cosiddetto IoT (Internet delle Cose).

«Nei prossimi anni, e soprattutto dall'altra parte del mondo, la tendenza sarà far connettere sempre di più a Internet e tra loro gli oggetti

personalizzati». Per questo Degli Esposti è andato di propria iniziativa a fare un sopralluogo in Silicon Valley partecipando, quando lo facevano davvero in pochi, al Technology Venture Launch Program (TVLP) oggi promosso dal bolognese Istituto italiano di Imprenditorialità. L'esperienza californiana è stata illuminante: «Ho conosciuto dei competitor importanti e diversi acceleratori d'impresa, e ho avuto la possibilità di entrare letteralmente in Twitter, Facebook e Google». Dopo 15 «difficili e lunghissimi» mesi da quel viaggio sono arrivati i capitali: due gruppi industriali emiliani nel settore delle telecomunicazioni e delle soluzioni di business intelligence («il nome è top secret per ragioni commerciali e strategiche», frena Degli Esposti) hanno investito 450.000 euro. Una cifra consi-

stente che permetterà di sviluppare Jarvis.

Il team, composto da Roberto Pierpaoli, Riccardo Malatesta, Andrea Previati, Maurizio Pinotti, Alan Alberghini e Mirko Falavigna, è al lavoro sul prototipo. Che sarà presentato a metà giugno e prodotto in Italia, «dove tutti fanno software — dice il ceo — ma fare hardware è difficilissimo». Nessuna paura, il team crede nel progetto perché conosce il suo target di riferimento: i 25-45enni che sanno chi è Jarvis nei fumetti, che usano la tecnologia e il web e che hanno un budget limitato (il prezzo è da decidere ma il robot sarà alla portata di tutte le tasche). Diversi partner commerciali si sarebbero detti interessati a distribuire Jarvis, tra questi le aziende multi-utility, banche e assicurazioni.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Parma

Ricerca

Iniezione di capitali per DnaPhone
Arriva a luglio sul mercato lo smartphone che si trasforma in un mini laboratorio di analisi

Un laboratorio di analisi biochimiche a portata di smartphone. L'idea è quella della startup parmigiana DnaPhone, nata nel 2014 grazie ad un primo investimento di b-ventures, l'acceleratore della multinazionale Buongiorno, e grazie a tre ricercatori universitari che grazie al secondo aumento di capitale da 200.000 euro in 9 mesi da parte di una compagine di investitori, composta tra gli altri da Borealis Tech Ventures e Capital BI, adesso guarda con fiducia al periodo giugno-luglio 2016 per arrivare finalmente sul mercato. «Con questo finanziamento termineremo la fase di pre-industrializzazione del prodotto che stiamo già presentando in giro» spiega Alessandro Candiani, ceo & cofondatore di DnaPhone insieme ad Alessandro Tonelli e Michele Sozzi, anche se, aggiunge, «nel tempo ci siamo ingranditi: si sono aggiunti tre sviluppatori di software e un manager».



Staff Alessandro Candiani, Michele Sozzi e Alessandro Tonelli,

Il dispositivo, ideato principalmente per le piccole e medie imprese, è formato da un modulo chiuso all'interno del quale si trova la componentistica ottica ed elettronica necessaria alle analisi. L'hardware è integrato a una piattaforma che, attraverso l'applicazione software dedicata, guida l'utente attraverso le fasi dell'analisi. Il programma gestisce l'interazione hardware-utente durante tutta l'analisi, salvando il dato in locale e consentendo all'utente di condividerlo in cloud o in un server aziendale per il recupero successivo e post-processing. Basta quindi un tablet o uno smartphone, un'app e un hardware integrato per consentire al sistema «Smart Analysis», realizzato dalla startup, di realizzare un vasto range di analisi biochimiche su matrici liquide a un costo molto competitivo, pensate per il settore dell'agroalimentare ma estendibili anche ad altri ambiti, come quello medico e veterinario.

Beppe Facchini

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Badeggs, il social network dei giovani chef in cerca di commensali

Ci si iscrive, si propone un menu e un prezzo: il cliente a quel punto sceglie il cuoco più adatto alla sua cena

Tutto è partito dall'ennesima chiacchierata tra amici sui finalisti di Master Chef. È in quel momento che Lorenzo Salmi, 27 anni di Bologna, si è accorto di come mancasse in Italia un punto di riferimento proprio per chi, magari stimolato dallo stesso programma, iniziava ad affacciarsi nel mondo della ristorazione. Intuizione semplice, che però a fine maggio scorso, dopo svariati tentativi e tante notti insonni, ha dato vita a Badeggs. Una sorta di social network dedicato ai giovani chef, e non solo, che escono dalle accademie di cucina e non sanno esattamente come muoversi per farsi conoscere.

«Quando i ragazzi terminano la formazione alberghiera spesso fanno fatica a crearsi un nome e a inserirsi subito nel mondo del lavoro — spiega Salmi, esperto di marketing e

passionato di cucina — Con questa piattaforma, online solo da qualche settimana e attiva per il momento a Bologna e provincia, vogliamo dare ai cuochi la possibilità di farsi notare in quello che oggi è un settore elitario».

Ogni aspirante chef, se approvato dallo staff di Badeggs in base al suo curriculum, può infatti iscriversi al portale come «insider», descrivere chi è, postare la propria idea di menu e proporre un prezzo a commensale. Toccherà poi al «foodie», ossia al cliente che visita la piattaforma, scegliere il cuoco che più preferisce per una cena a casa o un evento privato. E con un click si acquisteranno i piatti desiderati, in media a partire dai 25-30 euro, che l'insider preparerà direttamente nella cucina di casa propria.

«Spetterà poi ai commensali fornire un feedback sul servizio



dello chef, senza però essere troppo cattivi. La prima cena infatti viene considerata come una sorta di tirocinio, dalla seconda invece il cuoco prende il 40% del costo del menu, e dalla quinta l'80%» continua Salmi

che oggi guida un team di 6 persone, quasi tutte under 30, all'interno del suo progetto. Per ora sono 35 gli chef che si possono prenotare sulla piattaforma, molti dei quali fanno parte della Food genius academy di

Bologna, una delle prime scuole alberghiere che ha deciso di convenzionarsi con il portale.

«Fungiamo anche da bacino a cui le stesse aziende possono attingere. Ad esempio se un bar ha bisogno di un cuoco,

può chiedere direttamente a Badeggs e noi selezioneremo le persone più adatte» aggiunge Salmi, che in futuro vorrebbe proporre lo stesso servizio anche per chi lavora in sala o in altri reparti.

Sempre attraverso il portale, sarà possibile a breve acquistare anche delle cooking class: sarà lo stesso chef ad insegnare al foodie di turno come stupire i propri ospiti. «Per ora stiamo ricevendo diverse richieste di partecipazione da tutta la regione. Ma in futuro se andrà bene speriamo di estendere il nostro servizio a tutta Italia, anche se per ora il nostro banco di prova sarà Bologna» ricorda Lorenzo, che a maggio partirà con Aster per un periodo di formazione in Silicon Valley.

Francesca Candioli

© RIPRODUZIONE RISERVATA

FOOD VALLEY

Vino e birra **slow** sugli antichi terreni del papa Lambertini

L'ex top manager Enzo Agazzani sta creando una filiera di qualità con colture d'avanguardia

Vino o birra? Vino e birra, dice il bolognese Enzo Agazzani, che definisce il primo «il latte degli anziani» e la seconda «il pane liquido». Agazzani ha appena concluso una lunga carriera da top manager industriale (ultimamente a Gorizia, dove era ad di un'azienda metalmeccanica, ma in precedenza nella chimica farmaceutica e nella diagnostica) per dedicarsi all'agricoltura d'eccellenza, che lui chiama «agricoltura 4.0».

Su entrambi i fronti, sostiene, «restano ancora da fare enormi passi avanti, a condizione che l'approccio sia manageriale». La sua missione è dimostrare tre cose: che è possibile «migliorare la qualità dei prodotti, preservare l'ambiente e ricavare reddito dai campi». Per questo ha deciso di dedicare gli anni della pensione ai due fondi acquistati nel corso del tempo in provincia di Mantova, dove sorgerà il birrificio, e a Castel San

«Sarà un impianto altamente tecnologico e connesso che mi consentirà di riportare in etichetta la diagnostica completa di tutte le materie prime e dell'intero ciclo produttivo»

Pietro, in provincia di Bologna, dove avrà la cantina. Intanto ha già depositato il marchio della Birra Agazzani con le insegne di famiglia. Per il vino, invece, potrebbe optare per i simboli di chi creò la tenuta alla fine del '500, cioè il cardinal Lambertini, papa Benedetto XIV.

Il fondo, 22 ettari di colline proprio accanto al Resort Palazzo di Varignana dell'imprenditore bolognese Carlo Gherardi, è stato acquistato due anni fa dalla Curia di Bologna, a cui apparteneva dal 1740, con un investimento di circa 2 milioni. Altri quattro serviranno per ristrutturare il casale principale, il parco circostante dove ancora campeggiano le insegne papali, gli edifici accessori dove sorgerà una cantina da 29.000 bottiglie (50.000 quando sarà a regime la produzione dei 6 ettari di vigneto) e per reimpiantare gli antichi vitigni, tre dei quali, il Moscato Bianco, il Trebbiano d'Emilia e il Cabernet franco-napoleonico sembra siano gli ultimi

rimasti sul territorio italiano. Almeno così risulta dall'analisi del Dna fatta in collaborazione con l'Università di Bologna. Con l'Istituto Pasteur di Parigi, invece, Agazzani ha messo a punto un sistema di coltivazione rivoluzionario — al plasma, tecnicamente — che rafforza i vitigni e li mette al riparo dalle malattie senza l'aiuto della chimica, ma con un mix di componenti nutrizionali.

Con lo stesso approccio, biologico al 100%, Agazzani vuole

mettere sul mercato «la miglior birra mai distillata nel mondo». «Ho fatto analizzare gran parte del prodotto sul mercato — spiega — quasi sempre si trovano tracce di erbicidi, pesticidi e altre sostanze nocive, oppure strane miscele di granturco e malti di dubbia provenienza; e il luppolo è tutto importato dagli Stati Uniti. Non parliamo poi delle birre artigianali e dei kit per produrle, che sono vere e proprie schifezze». La sua birra, invece, sarà tutta a chilometro

Imprenditore
Enzo Agazzani, ex top manager, ora si avventura nella produzione di vino e birra

zero, tracciata e fatta in casa dall'inizio alla fine.

Nelle due tenute di Mantova e Bologna Agazzani coltiverà il luppolo in due ettari e l'orzo in 30, da sementi da lui stesso selezionate in collaborazione con l'Università di Bologna; a Cesena si rifornirà di concime biologico (stallatico) da un'azienda specializzata. A Mantova ci saranno gli impianti per la maltazione, la fermentazione e la miscelazione del luppolo. Li sta progettando il gruppo CFT, sorto dall'aggregazione delle principali aziende di food processing parmensi.

«Sarà un impianto d'avanguardia — gongola l'imprenditore — interamente informatizzato e connesso. Questo mi consentirà di riportare in etichetta la diagnostica completa di tutte le materie prime e dell'intero ciclo produttivo». Produzione attesa 10.000 ettolitri l'anno, più una fornitura a terzi di malto e mosto. Ma l'hi-tech riguarderà anche il vino, per il quale ha studiato con l'Università di Piacenza un tappo intelligente, in grado di segnalare lo stato di conservazione del contenuto.

Il casale di Castel san Pietro ospiterà uno showroom, un piccolo bed and breakfast, locali per «discutere di vino e di cultura, di ambiente, di innovazione agricola con immancabile grigliata finale». Il tutto a partire dall'anno prossimo, quando già la singolare impresa «birra&vino» darà lavoro a 23 persone. Che saliranno a 50 se, come Agazzani giura, il suo sogno andrà a regime.

Massimo Degli Esposti

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Corriere della Sera presenta

NUOVE PASSEGGIATE D'AUTORE

STUDIO DISPARI

NUOVA EDIZIONE AGGIORNATA

Santa Maria delle Grazie
CERTOSA DI PAVIA

PHILIPPE DAVERIO LA BUONA STRADA

La penna curiosa e impertinente di Philippe Daverio diventa la guida per visitare i luoghi più belli di Milano e dei suoi dintorni. Corriere della Sera presenta *La buona strada*: 150 itinerari d'autore alla scoperta delle bellezze delle città, delle province e delle campagne lombarde. Da San Gottardo in Corte all'Isolino Virginia sul lago di Varese, da Lecco a Chiari: una guida d'eccezione per un viaggio tra i monumenti e le più affascinanti testimonianze d'arte, di storia e di cultura del nostro territorio.

DAL 14 APRILE IN EDICOLA E IN LIBRERIA A € 9,90*

Rizzoli

CORRIERE DELLA SERA
la libertà delle idee

FOOD VALLEY

Gli snack essiccati che fanno bene sono «Semplicemente **frutta**»

Euro Company punta sul fattore salute per i suoi prodotti e il mercato la premia

«**A**nd the winner is...». L'oscar dei prodotti 2016, il premio «Eletto prodotto dell'anno», è andato a 45 aziende a livello nazionale. Tra queste Euro Company, di Godo di Russi, nel Ravennate. Il riconoscimento è arrivato grazie a «Semplicemente Frutta», la nuova gamma di prodotti che l'azienda leader nel suo settore ha lanciato proponendo frutta secca ed essiccata di altissima qualità, ottenuta in modo naturale, senza zuccheri e conservanti. «Siamo molto soddisfatti — commenta il direttore commerciale Maurizio Castagnoli — soprattutto perché si tratta di un premio conquistato sul campo». A scegliere Euro Company sono stati infatti 12.000 consumatori.

Nata nel 1979 su iniziativa della famiglia Zani come azienda ortofrutticola, la scelta forte di Euro Company è avvenuta all'inizio degli anni 2000, quando l'interesse si è concentrato esclusivamente sulla frutta secca ed essiccata. E i risultati si sono visti. Oggi l'azienda, che si estende su un'area di 40.000 metri quadri, ha un giro d'affari che è cresciuto in modo costante nel tempo fino ai 96,5 milioni del 2015. Di questi circa il 63% è concentrato sulla grande distribuzione, mentre la seconda voce, pari al 15%, è la fetta dell'export. Euro Company vende oltre 15.000 tonnellate di prodotti, per un totale di 100 milioni di confezioni realizzate attraverso 27 linee di confezionamento. Da lavoro a quasi 300 persone tra dipendenti fissi e stagionali.

Il 2015 ha visto il compimento di un altro passo avanti per la ditta romagnola, ovvero il boom del sito di e-commerce www.fruttaebacche.it, che ha registrato un numero crescente non solo di visitatori, ma anche di ordini e iscrizioni alla newsletter.

Se c'è un settore dunque



che ha scavallato la crisi senza particolari sussulti o contraccolpi, è proprio quello del mondo legato al benessere e ai cosiddetti nuovi stili di vita. Questo Euro Company l'ha capito per tempo, ma non è stata solo una scelta commerciale.

«Certo possiamo dire che siamo assolutamente anticipatori — prosegue Castagnoli — ma tutto nasce dalla nostra sensibilità verso i temi della corretta alimentazione. Fa parte del nostro dna, sono i valori in cui crediamo e che vanno sempre più sviluppandosi, anche e soprattutto in Romagna: prendersi cura di ciò che stai mangiando, il cibo come salute, benessere. La visione delle cose è cambiata negli ultimi anni, c'è grande attenzione per i valori del saluto. E la frutta secca si

consuma perché fa bene, perché è consigliata da tutti i nutrizionisti, non più solo come prodotto stagionale».

Tutto inizia dalle materie prime e dalla selezione dei fornitori e dei materiali di confezionamento. Euro Company va alla ricerca delle coltivazioni di frutta secca più genuine in tutto il mondo. Nocciole e noci in Italia, arachidi in Israele ed Egitto, pistacchi, mandorle e noci in Iran e California, uva sultanina e albicocche in Turchia. «Noi facciamo le nostre valutazioni per auditing diretto — spiega Castagnoli — Visitiamo i siti, valutiamo le coltivazioni, gli ambienti di crescita, le tecniche colturali applicate. Chi non è conforme viene scartato a monte».

Ogni fornitura deve essere adeguatamente certificata dal

fornitore e controllata secondo piani definiti. Le certificazioni rispettano gli standard più recenti di sicurezza alimentare. Lo stoccaggio avviene in locali idonei, a temperatura controllata e i sistemi di confezionamento sono particolarmente meticolosi: in atmosfera protetta dotata di monitoraggio con telecamere. Il fiore all'occhiello dell'azienda è il laboratorio interno, dove la materia prima, il semilavorato e il prodotto finito vengono controllati da personale specializzato in chimica, microbiologia e valutazione sensoriale. Inoltre ogni lotto prodotto viene tracciato e rintracciato.

Alla fine, peraltro, tutto è racchiuso in quelle due parole: «Semplicemente Frutta». Niente zuccheri. E ci si guadagna tutti, sotto diversi punti di vista. «In un Paese che ha un debito pubblico altissimo, provocato in gran parte dalla sanità, mangiare sano permetterà anche di ridurre l'incidenza di importanti malattie», conclude Castagnoli.

Maurizio Andreoli

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Globale

La fase di confezionamento di Euro Company, che tratta nocciole, noci, arachidi, pistacchi e mandorle coltivati in Italia e all'estero

Nei campi

L'allarme



Fruitimpresa: «La campagna estiva inizierà in anticipo di ben 10 giorni»

Le condizioni meteo stanno influenzando l'avvio della campagna della frutta estiva. Lo afferma Giancarlo Minguzzi (nella foto), presidente della OP (Organizzazione di produttori) Minguzzi di Alfonsine (Ravenna) e presidente di Fruitimpresa Emilia-Romagna, l'associazione che riunisce le grandi imprese private commerciali dell'ortofrutta della regione.

«La campagna estiva inizierà in anticipo di almeno 10 giorni rispetto allo scorso anno. Le quantità si prevedono scarse almeno per le albicocche precoci sia al Sud che nel Nord Italia. Sembrano invece normali le produzioni di susine, pesche e nettarine; anche se per queste ultime occorrerà fare i conti con gli abbattimenti effettuati negli ultimi 3 anni, nel 2015 in particolare nel Nord Italia, conseguenza delle depremiti quotazioni di mercato non remunerative per i produttori. Il rischio è di una sovrapposizione con le produzioni spagnole, per cui — a tutela delle produzioni nazionali — non resta che auspicare minori importazioni dalla Spagna».

La campagna invernale intanto — aggiunge Minguzzi — «si sta chiudendo in affanno per il kiwi che vede nei calibri medio-piccoli prezzi al di sotto dei costi di produzione, mentre per i calibri medio-grossi si mantengono i prezzi di campagna. Quindi vedremo liquidazioni differenziate che potranno andare dai 25 ai 50 cent al chilo».

Francesca Candioli

© RIPRODUZIONE RISERVATA

L'agenda

● 28 aprile
All'ateneo di Parma il primo incontro di «Università e imprese per il food», dalle 10.30

● 28 aprile
Alla Camera di commercio di Parma l'incontro «Tunisia: opportunità di investimento», dalle 10 in via Verdi 2

● 28 aprile
Nuova didattica, la scuola di Confindustria Modena, organizza «Lean in tour: 5 casi aziendali per una corretta applicazione»

● 28-29 aprile
A Bologna il festival della Crescita per parlare di innovazione e saperi, in Sala Borsa dalle 10

● 28-30 aprile
Alla Fiera di Bologna la prima edizione del Franchising and retail Expo

● 29 aprile
A Bologna c'è tempo fino al 29 aprile per iscriversi all'iniziativa «Macchinari in Iran: un percorso di opportunità dopo l'implementazione day»

● 1 maggio
A Parma apertura speciale il 25 aprile e il primo maggio dei Musei del Cibo, il circuito dedicato al Parmigiano reggiano, alla pasta, al pomodoro, al vino, al salame di Felino e al prosciutto di Parma

Stagione per stagione

Colore brillante e cuore bianco La legatura del cespo fa l'indivia **perfetta**

di **Barbara Bertuzzi**

Aumenta in Emilia-Romagna la produzione di indivia sia scarola che riccia (circa 200 ettari tra colture protette e pieno campo), trainata dalle richieste dei grandi marchi nazionali ed esteri di ortaggi destinati alla IV gamma. «Soprattutto nell'areale romagnolo la superficie coltivata crescerà ancora, complici le buone rese produttive, l'alto standard qualitativo e la disponibilità del prodotto che è continua (dalla primavera all'autunno) nonché la vicinanza ai maggiori poli di trasformazione del Nord Italia». Lo sostiene Larry Bottolo dell'azienda sementiera Enza Zaden. Infatti, la raccolta è cominciata in serra a metà aprile poi prosegue in pieno campo da maggio sino a novembre (prezzi attuali all'ingrosso a partire da 1,5 euro al chilo; fonte Caab).

«Quest'anno si profila una buona annata: il clima mite ha allontanato il rischio di umidità e favorito una maturazione omogenea» fa sa-

pere Gianni Marzaduri orticoltore a Castenaso (Bologna) che ora vende in azienda sui 2 euro al chilo. L'indivia perfetta? «Colore brillante e cuore bianco con legatura del cespo all'incirca dieci giorni prima di raccogliere». La stagione si apre sotto tunnel con la riccia Snoopy o Jolie insieme alle scarole verdi Parmance, Maruska e alla bionda Tarquinis (tutte e tre vanno bene anche in pieno campo). Alla consolidata cultivar primaverile Ascari si aggiunge adesso una novità, Miliari. «Pianta precoce, foglia consistente di colore verde brillante e cuore giallo — spiega Bottolo — con struttura eretta e buona capacità di autoimbianchimento».

«Le indivie sono più redditizie delle lattughe ma bisogna saperle coltivare in particolare modo nei mesi caldi, cioè occorre trovare il giusto compromesso tra concimazione e irrigazione che si apprende solo con l'esperienza»



La pianta

L'indivia (Cichorium endivia), chiamata anche scarola, è una pianta commestibile appartenente alla famiglia delle Asteraceae. Si trova in due varietà, la Crispum e Scarola. Spesso viene confusa con la cugina Cicoria

dice convinto Gianluca Rossi, riminese con un'azienda di cento ettari a Savio di Ravenna. «La quarta gamma richiede qualità. E pensare che, qui, le ricce e le scarole fino a qualche anno fa si coltivavano poco nel periodo estivo, mancavano persino le varietà... ». Di nuova generazione c'è la bionda Flester (scarola): produttività elevata, alto peso specifico e poco scarto; tollerante alla tip burn (necrosi fogliare) e alla salita a seme; in grado di mantenere una grande elasticità (caratteristiche ideali per l'industria). Oppure Sardana (scarola) e Mirna (riccia). «Per il mercato fresco, a cespo aperto, si predilige invece una foglia più allungata quindi è meglio Parmance». Quando si avvicina l'autunno, precisa Bottolo, ci sono varietà che si adattano alle basse temperature e alla minor luce (Tebas tra le ricce; Quintana e Maiorana tra le scarole).

© RIPRODUZIONE RISERVATA

f t g+ www.giroditalia.it

GIRO D'ITALIA. LA CORSA PIÙ DURA DEL MONDO NEL PAESE PIÙ BELLO DEL MONDO.

zampediverse

600 COMUNI D'ITALIA ATTRAVERSATI.
40 LOCALITÀ DI PARTENZA E ARRIVO COINVOLTE.

CONOSCI QUESTA MERAVIGLIA DELLA NATURA? IL GIRO D'ITALIA È LA VETRINA INTERNAZIONALE DEL PAESE PIÙ BELLO DEL MONDO. SEGUI IL NOSTRO VIAGGIO SU **GIRODITALIA.IT**.

enel

mediolanum BANCA

ALGIDA

EURO
Spin

3
Tre.it

casa.it

La Gazzetta dello Sport
Tutto il rosa della vita

RCS Sport
Move your Business

Giro d'Italia
06 - 29 / 05 / 2016



OPINIONI
& COMMENTI

L'analisi

Referendum,
la vera partita
si apre ora

SEGUE DALLA PRIMA

Che conseguenze avrà l'allarme cozze sugli allevatori ravennati, quello paesaggistico sul turismo romagnolo, quello sanitario-ambientale sulle estrazioni in Basilicata, quello morale sul business delle compagnie petrolifere lo si vedrà nel tempo, ma è facile prevedere che danni ci saranno, a prescindere dal fatto che gli allarmi siano stati lanciati a torto o a ragione. Resta infine l'ultima, la più cruciale, delle questioni: come gestiremo, dopo tanto can can, la transazione dalle fonti fossili a quelle rinnovabili? Prima che scoppiasse il caso trivelle il buon senso suggeriva una transizione «morbida», attenta sì a rispettare gli impegni sottoscritti con l'accordo Cop 21, ma anche alle compatibilità economiche. Già oggi aver bruciato le tappe (con il 40% di energia elettrica «verde» siamo tra i Paesi più virtuosi al mondo) ci costa 12-13 miliardi l'anno di sussidi. Per salire al 50-60-70% in tempi brevi ce ne vorranno il doppio, mentre basterebbe rimpiazzare le fonti fossili più inquinanti (e importate) con il gas dell'Adriatico per abbattere i costi della transizione al green e addirittura generare risorse con cui finanziarli, tra royalties e proventi fiscali da quasi un miliardo l'anno. Con 13 milioni di italiani schierati al fianco dei No Triv, tuttavia, la transizione soft diventa impraticabile, e l'energia green l'unica politicamente corretta. Perciò l'industria dell'Oil&gas dovrà inventarsi una riconversione se vuole sopravvivere (ci sono progetti per l'eolico off shore, anche sulle piattaforme dismesse, e altri per il loro riutilizzo o smantellamento a fine vita), la tecnologia dovrà accelerare il passo per proporre nuove soluzioni, la Giunta dell'Emilia-Romagna dovrà presentare in fretta il nuovo piano energetico regionale. Gli ambientalisti, tuttavia, dovranno dirci se ora vanno bene le pale eoliche, i campi fotovoltaici e gli impianti a biomasse che ieri contestavano. E la collettività se è disposta a pagare il conto.

Massimo Degli Esposti

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Il controcanto di Massimo Degli Esposti

PASSANTE DI MEZZO
LA STORIA CHE SI RIPETE



Le lettere
vanno inviate a:
Corriere di Bologna
Via Baruzzi 1/2,
40138 Bologna
e-mail: lettere@
corrieredibologna.it
Fax: 051.3951289
oppure a:
andrea.rinaldi@rcs.it
mdegliesp@gmail.com



Potremmo liquidare le proteste dei duemila residenti dei quartieri San Donato e Navile già mobilitati contro il Passante di Mezzo come il più classico esempio di Nimby. L'acronimo significa infatti «Not in my back yard» (Non nel mio cortile) e nel caso specifico molti saranno coloro che si ritroveranno la nuova tangenziale di Bologna, ampliata di una ventina di metri in totale, letteralmente in cortile, addirittura a meno dei regolamentari dieci metri che dovrebbero separare le abitazioni da qualsiasi nuova infrastruttura. Per strappare una deroga, Autostrade proporrà indennizzi, compen-

sazioni e opere di «mitigazione»; ma nessuno può escludere che qualche irriducibile blocchi tutto ricorrendo alla giustizia. Altre deroghe saranno necessarie poi per aggirare le norme ambientali, poiché le emissioni inquinanti dei 10 milioni di autoveicoli l'anno che si aggiungeranno a quelli già oggi in transito lungo lo snodo più trafficato d'Italia e ormai quasi del tutto inglobato nel tessuto urbano, produrranno certamente il sistematico sfioramento dei limiti di legge. Queste due «spade di Damocle» pendenti sul futuro dell'opera, tuttavia, sono nulla al confronto di quello che

Piazza Affari

di Angelo Drusiani

Acquisizioni mirate
e Marr va al rialzo

ALBERTINI SYZ BANCA PRIVATA



Magazzini Alimentari Riuniti Riminesi, ovvero Marr. Azienda specializzata nella distribuzione dei prodotti alimentari alla ristorazione non domestica. Ristoranti, pizzerie, alberghi, villaggi turistici, mese aziendali, scuole, ospedali. Solo per citare alcune tipologie di clienti. Cui Marr fornisce sia articoli alimentari, sia articoli definiti strumentali all'alimentazione, quali tovaglie, stoviglie e attrezzature varie. Tutto questo per dire che l'azienda è leader in Italia e che, fin dal 1972, è parte del Gruppo Cremonini, la società modenese che opera nello stesso comparto. Nel 2003, il 33,3% del capitale di Marr fu ceduto a una società di private equity, cui partecipano Barclays e Arca. Dopo due anni la quotazione a Piazza Affari. La società riminese è cresciuta anche grazie ad una serie di acquisizioni che hanno rafforzato il suo naturale ruolo di intermediario tra produttori e/o trasformatori di generi alimentari e la numerosa tipologia di clientela sopra ricordata. La più recente delle acquisizioni è la De.Al. S.r.l. società abruzzese che opera, essa pure, nella

distribuzione alimentare al cosiddetto Food-service attraverso il marchio Pac Food, che gode di una forte penetrazione territoriale. Al punto di essere leader nel territorio nel proprio territorio per la fornitura dei prodotti alimentari agli stessi clienti con cui Marr opera nel resto del Paese. I ricavi di Marr nel 2015 sono stati di poco inferiori a 1,5 miliardi di euro, 1,481 miliardi di euro per l'esattezza. Ebitda a 101,8 milioni di euro e Ebit a 85,7. Utile netto a 51,1 milioni di euro. I ricavi sono aumentati del 2,8% sul 2014 e l'utile del 13,7%. A conferma che la politica delle acquisizioni porta risultati favorevoli. Nell'ultimo anno a Piazza Affari l'azione riminese ha toccato un valore massimo di 19,60 euro il 2 dicembre scorso. Apertura del 2016 a 19,08 per toccare un minimo il 9 febbraio a 15,51. Risalendo ora a 18,50 circa. Se la gestione aziendale proseguirà sulla falsariga degli ultimi anni, con acquisizioni mirate, vedere il titolo a livelli superiori allo scorso anno potrebbe un'ipotesi più che realistica.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

L'intervento

Monitoraggio costante delle famiglie
e risposte differenziate per il disagio abitativo

SEGUE DALLA PRIMA

La mobilità tra i due gruppi è frequente e negli ultimi tempi spesso in senso peggiorativo, con «scivolamenti» dei nuclei da una condizione di relativa tranquillità ad una di povertà, proprio a causa del progressivo indebolimento economico. Stime Nomisma individuano in oltre 108.000 i nuclei familiari in Emilia-Romagna, ossia un terzo dei nuclei in affitto al di fuori dell'Edilizia Residenziale Pubblica, per i quali l'incidenza del canone sul reddito eccede il 30%, ossia la soglia che convenzionalmente rappresenta il limite di sostenibilità, con il concreto rischio di slittamenti verso forme di morosità e di possibile marginalizzazione sociale. Un segnale di allarme proviene dai provvedimenti di sfratto emessi, che in regione sono ormai stabilmente circa

8.000 ogni anno, di cui il 95% riconducibili a situazioni di morosità.

L'accresciuta complessità dei fabbisogni impone, dunque, la definizione di risposte sempre più differenziate, nonché l'adozione di un sistema di costante monitoraggio delle famiglie potenzialmente interessate a fruire di servizi alloggiativi, volto ad evidenziarne composizione, caratteristiche, reddito, stile di vita, allo scopo di adattare prontamente i criteri di selezione e permanenza negli alloggi di edilizia residenziale pubblica, nonché di approntare strumenti di sostegno della domanda insoddisfatta ovvero di accompagnamento nel passaggio da forme totalmente assistite a forme miste o comunque tutelate.

A questo proposito la Regione Emilia-Romagna intende perseguire l'obiettivo di innalzare il tasso annuo di rotazione

del patrimonio pubblico di sostegno al disagio abitativo dall'attuale 1% fino al 3-4%, in modo da garantire una risposta a 1000-1500 nuovi nuclei residenti, assicurando al contempo l'individuazione di soluzioni abitative accessibili per coloro che si troveranno in fascia di decadenza.

Sullo sfondo rimane aperto il dibattito sul tema del welfare, essenzialmente fondato su trasferimenti monetari e deficitario in termini di erogazione di servizi. Il complesso delle misure messe in campo, obbedendo a differenti competenze istituzionali, finisce in molti casi per creare sovrapposizioni, inefficienze, dispersione di risorse e, in conseguenza di esse, fabbisogni sempre meno presidiati. Un sistema più equo impone il varo di una riforma finalmente capace di modulare le risposte, indirizzando al meglio le risorse economiche disponibili.

Elena Molignoni
e Gianluigi Chiaro
Nomisma

© RIPRODUZIONE RISERVATA

succederà il giorno in cui i bolognesi, e tutti gli automobilisti italiani in transito sull'autostrada nei 15 chilometri di sovrapposizione con la tangenziale, si renderanno conto di cosa voglia dire convivere con un cantiere che ne dimezzerebbe la capacità per almeno cinque anni. Autostrade, attraverso la società Pavimental che realizzerà i lavori, ha messo a punto tecnologie che minimizzano l'impatto sul traffico. Per esempio utilizzando moduli prefabbricati da «aggiungere» alla massicciata attuale, lavorando principalmente nelle ore notturne, avanzando a tratti di 100 metri per volta. Da qui a sperare che i disagi siano compatibili con il normale funzionamento della città, però, ci passa l'oceano. Già oggi tangenziale e autostrada sono sistematicamente bloccate per due ore alla mattina e per altrettante la sera. A creare l'ingorgo basta il flusso in ingresso o in uscita nei cinque-sei svincoli del tratto centrale. Figuriamoci cosa succederà quando le corsie si ridurranno da due a una, con deviazioni di carreggiata e chiusura di uscite. Il rischio è precipitare nel caos Bologna e tutti i collegamenti Nord-Sud. Esattamente per questi motivi il Passante di mezzo fu abbandonato giusto vent'anni fa quando già Autostrade aveva acquistato i materiali e predisposto i cantieri. Questa è storia; e a volte la storia si ripete.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Fatti e scenari

Con Barilla, Coop e Ferrero
Ferrari campione di «autenticità»
E regala 4.700 euro ai dipendenti

Ferrari campione di «autenticità», secondo una classifica mondiale stilata dalla società di comunicazione globale Cohn & Wolfe che l'accuma ad altri due marchi emiliani — Barilla e Coop — e a Ferrero e Illy nel mazzo delle 5 aziende italiane meritevoli di entrare nel gotha dei 100 marchi più considerati al mondo. Ma non l'ammirano solo i consumatori globali; anche i dipendenti hanno buone ragioni per apprezzarla, visto che per il quarto anno consecutivo la casa di Maranello ha aumentato il premio annuale di produzione, toccando per il 2015 la cifra record di 4.570 euro. Che salgono ulteriormente a 4.798 per chi non abbia fatto in tutto l'anno un giorno d'assenza. Il calcolo del premio è dell'altro ieri e riguarda il conguaglio che i lavoratori riceveranno nella busta paga di fine aprile; nei mesi precedenti erano state già versati due anticipi, uguali per tutti, di mille euro ciascuno.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Novità La Ferrari Gtc 4 lusso presentata a Ginevra 2016

Startup del biomedicale
Medacta investe in Aferetica
e le aprirà nuovi mercati

Di Aferetica, startup innovativa con sede a Mirandola, avevamo parlato meno di un anno fa, raccontando come il distretto modenese del biomedicale sia ancora in grado di innovare e rinnovarsi. Oggi arriva la notizia che la società ha siglato un accordo che apre il capitale ad Alberto Siccadi, titolare della multinazionale svizzera Medacta: apporterà risorse per accelerare i programmi di sviluppo nei sistemi terapeutici finalizzati a rimuovere dall'organismo le molecole causa di numerose patologie, fattori immunologici, metabolici e mediatori dell'infiammazione. La «rimozione» (Aferesi) di questi fattori può rivelarsi vitale in particolare per il trapianto, contribuendo a una svolta nella disponibilità degli organi. Fondata a fine 2013 da Mauro Atti e Stefano Rimondi, manager e imprenditori con alcuni decenni di esperienza in ambito biomedicale, Aferetica ha avviato già da fine 2014 la vendita di sistemi innovativi basati su proprio brevetto. Medacta aprirà ad Aferetica i più significativi mercati mondiali.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



EVOLUZIONE IMBALLAGGIO



SERVIZI PER LE IMPRESE

Progetti innovativi per l'industria



www.sgarzi.it

Anzola Emilia (BO) - Italy - Tel. 051 734 886 - info@sgarzi.it